

**ANALISIS PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE BREAK
EVEN POINT DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA
PADA PD. ENNY BAKERY & CAKE**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Politeknik
STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Program Studi
D-IV, jurusan Manajemen Bisnis Industri

DISUSUN OLEH :

NAMA : M. ZELDY DAHSYAT

NIM : 1711012



**POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
JAKARTA
2016**

ABSTRAK

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan laba (keuntungan). Namun pada Perusahaan *Enny Bakery & Cake* tidak ada perencanaan tingkat keuntungan yang ingin di capai dan juga tidak ada perhitungan untuk menetapkan kapasitas produksi yang diperlukan pada perusahaan agar mendapatkan keuntungan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa kapasitas yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu berapa banyak produk yang harus di produksi dalam jangka waktu tertentu. Dari hasil penelitian ini, ditentukan BEP dalam satuan unit dan rupiah, serta menentukan *Margin Of Safety*. Diketahui *Break even point* tahun 2015 dimana $TR = TC$ dicapai pada titik Biaya Total = Pendapatan Total adalah sebesar Rp474,663,499.90. dengan penjualan produk *Blackforest* 2,095 unit, produk Lapis Surabaya 1,829 unit, dan produk Kue Talas Bogor 1,512 unit. Peningkatan laba setiap tahunnya dari tahun 2011 hingga 2015 mengalami peningkatan laba rata-rata sebesar 28.206907%. oleh sebab itu, perencanaan laba yang disarankan oleh penulis adalah laba tahun 2016 meningkat 30% dari laba tahun 2015 yaitu sebesar **Rp655,365,442.50** meningkat 30% menjadi **Rp851,975,075.25** dengan menggunakan metode penentuan penjualan minimal dengan asumsi biaya tetap tidak mengalami perubahan dari tahun 2015 yaitu sebesar Rp278,143,500.00. Biaya variabel perusahaan naik sebesar 5% untuk masing-masing produk berdasarkan penghitungan tingkat inflasi yang terjadi pada bulan januari 2016 yaitu sebesar 4.14%. Harga jual setiap produk ditingkatkan mengikuti kenaikan biaya variabel yaitu sebesar 5% dari harga jual produk yang berlaku pada tahun 2015. Titik impas atau *Break even point* tahun 2016 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk *Blackforest* = 1,995 unit, produk Lapis Surabaya = 1,742 unit, dan produk Kue Talas Bogor = 1,440 unit dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp474,663,500.

Kata kunci: *break even point*, total pendapatan, total biaya, penentuan penjualan minimal, *margin of safety*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, baik yang menyangkut etika penulisan, bahasa, maupun dari segi materi. Sehubungan dengan kekurangan-kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak, sehingga dapat meningkatkan kualitas penulisan di masa yang akan datang.

Dengan ini Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu Penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Ketua Politeknik Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI). Terima kasih yang tak terhingga untuk juga motivasi dan dorongan bagi Penulis.
- Bapak Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk saya dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.

- Bapak Rivon Fermani, SE, selaku pemilik dari *Enny Bakery & Cake* yang telah memberikan izin untuk melaksanakan Tugas Akhir di perusahaan tersebut dan membantu Penulis dalam mengumpulkan data serta membimbing sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Seluruh karyawan dan karyawan dari *Enny Bakery & Cake* yang telah membantu penulis mengajarkan bagaimana menjadi sebuah tim kerja yang baik di lokasi kerja.
- Kedua orang tua Penulis, selaku motivator utama dalam menyusun Tugas Akhir. Terima kasih atas semua cinta yang diberikan, dorongan, motivasi dan semua doa yang dipanjatkan.
- Teman-teman seperjuangan MBI 2011, dan 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Untuk seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis baik moril, materil, tenaga dan lain-lain., namun tidak bisa penulis menyebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca di kemudian hari. Amin ya robbal alamin.

Jakarta, Oktober 2016

M. Zeldy Dahsyat

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. BatasanMasalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan.....	7
2.1.2. Harga Pokok Produksi.....	7
2.1.3. Fungsi Pemasaran.....	7
2.1.4. Bauran Pemasaran	8
2.1.4.a. Product (Produk)	9

2.1.4.b. Price (Harga)	9
2.1.4.c. Promotion (Promosi)	9
2.1.4.d. Saluran Distribusi (Place)	9
2.1.5. Fungsi Pembelian	10
2.1.6. Fungsi Produksi	10
2.1.7. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen	10
2.1.8. Pengertian Laba	10
2.1.9. Perencanaan Laba	11
2.1.10. Pengertian Break Even	13
2.1.11. Pengertian Analisa Break Even Point	15
2.1.12. Pengertian Biaya	16
2.1.13. Penggolongan Biaya	17
2.1.13.a. Biaya tetap	17
2.1.13.b. Biaya Variabel	19
2.1.14. Kegunaan Analisa Break Even Point	22
2.1.15. Keterbatasan Break Even	23
2.1.15.a. Pemisahan Biaya	23
2.1.15.b. Harga Jual	23
2.1.15.c. Jenis Barang	23
2.1.15.d. Perubahan Struktur Biaya	23
2.1.16. Marjin Kontribusi (<i>Contribution Margin</i>)	24

2.1.17.	Penentuan Penjualan Minimal.....	24
2.1.18.	Hubungan Antara Perencanaan Laba dan Analisa BEP .	25
2.1.19.	Cara Pendekatan Grafik.....	26
2.1.20.	<i>Margin of safety</i>	28
2.2.	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		31
3.1.	Jenis Data Dan Sumber Data.....	31
3.1.1.	Jenis Data	31
3.1.2.	Sumber Data	32
3.2.	Metode Pengumpulan Data	33
3.3.	Metode Analisis Data	33
3.4.	Analisis Kuantitatif.....	34
3.4.1.	Menghitung Break Even Point multi produk	34
3.4.2.	Menentukan Penjualan Minimal.....	35
3.4.3.	Menentukan <i>Margin of safety</i>	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		37
4.1.	Pengumpulan Data	37
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1.a.	Klasifikasi Perusahaan	37
4.1.1.b.	Sejarah Singkat Perusahaan	38
4.1.1.c.	Penentuan Lokasi Perusahaan	38

4.1.1.e. <i>Layout</i> Perusahaan Enny Bakery & Cake	40
4.1.2. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.....	40
4.1.2.a. Struktur Organisasi.....	40
4.1.2.b. Deskripsi Jabatan	41
4.1.3. Bidang Pemasaran	44
4.1.3.a. <i>Product/Produk</i>	45
4.1.3.b. <i>Place/Wilayah</i> dan Cara Pemasaran	46
4.1.3.c. <i>Promotion/Kegiatan Promosi</i>	47
4.1.3.d. <i>Price/Penetapan Harga</i>	48
4.1.3.e. <i>Process/Proses</i>	48
4.1.3.f. <i>Physcal Evidence/Lingkungan Fisik</i>	49
4.1.3.g. <i>People/Partisipan</i>	49
4.1.3.h. Segmen Pasar	50
4.1.3.i. Saluran Distribusi.....	52
4.1.3.j. Kegiatan Pemasaran.....	53
4.1.4. Bagian Produksi	62
4.1.4.a. Uraian Produk.....	62
4.1.4.b. Bahan Baku	62
4.1.4.c. Mesin dan Peralatan	68
4.1.4.d. Proses Produksi	69
4.1.4.e. Budget Produksi	73

4.1.5.	Bidang Personalia.....	75
4.1.5.a.	Sistem Perekrutan Karyawan	75
4.1.5.b.	Penilaian Kinerja atau Evaluasi	77
4.1.5.c.	Kesejahteraan Karyawan.....	77
4.1.5.d.	Pemberhentian Kerja.....	77
4.1.6.	Bidang Keuangan	78
4.1.6.a.	Kebutuhan Investasi Awal Enny Bakery & Cake	78
4.1.6.b.	Biaya Depresiasi dan Amortisasi	79
4.1.6.c.	Data Penjualan Enny Bakery & Cake	80
4.1.6.d.	Harga Pokok Penjualan	81
4.1.6.e.	Laporan Laba Rugi.....	82
4.1.6.f.	Laporan Perubahan Modal.....	83
4.1.6.g.	Laporan Neraca	84
4.2.	Pengolahan Data.....	85
4.2.1.	Penggolongan Biaya.....	85
4.2.1.a.	Biaya Tetap.....	85
4.2.1.c.	Biaya Variabel.....	86
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		87
5.1.	Analisa Data	87
5.1.1.	Menghitung Break Even Point Multiproduk.....	87
5.1.1.a.	Menghitung BEP Rupiah	87

5.1.1.b. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk <i>Blackforest</i> , Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP	88
5.1.1.c. Menghitung Kapasitas Penjualan Produk <i>Blackforest</i> , Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP	89
5.1.1.d. Pembuktian BEP Tahun 2015	91
5.1.2. Perencanaan Laba Enny Bakery & Cake Tahun 2016	92
5.1.2.a. Menentukan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016.....	94
5.1.2.b. Menentukan Kontribusi Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016.....	94
5.1.2.c. Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016	95
5.1.2.d. Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016	96
5.1.3. BEP Multi Produk Tahun 2016.....	96
5.1.3.a. Menghitung BEP Rupiah Tahun 2016	97
5.1.3.b. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk <i>Blackforest</i> , Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP Tahun 2016	97
5.1.3.c. Menghitung Kapasitas Penjualan Produk <i>Blackforest</i> , Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP Tahun 2016	99
5.1.3.d. Pembuktian BEP Tahun 2016	101
5.1.4. <i>Margin of safety</i> Tahun 2016	101
5.2. Pembahasan	102

5.2.1. Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....	102
5.2.2. Penghitungan <i>Break Even Point</i> Tahun 2015	103
5.2.3. Perencanaan Laba Tahun 2016.....	104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	106
6.1. Kesimpulan.....	106
6.2. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Produk yang diproduksi dan dipasarkan Enny Bakery & Cake	45
Tabel 4.2 Biaya Promosi yang Dikeluarkan Enny Bakery & Cake	48
Tabel 4.3 Variabel Demografis Segmentasi Pasar Enny Bakery & Cake	52
Tabel 4.4 Penjualan Produk Blackforest Selama 5 Tahun	55
Tabel 4.5 Penjualan Produk Lapis Surabaya Selama 5 Tahun	55
Tabel 4.6 Penjualan Kue Talas Bogor Selama 5 Tahun	56
Tabel 4.7 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2011 (Rupiah)	59
Tabel 4.8 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2012 (Rupiah)	59
Tabel 4.9 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2013 (Rupiah)	60
Tabel 4.10 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2014 (Rupiah) ...	60
Tabel 4.11 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2015 (Rupiah) ...	61
Tabel 4.12 Pembelian Bahan Baku Tahun 2011	63
Tabel 4.13 Pembelian Bahan Baku Tahun 2012	64
Tabel 4.14 Pembelian Bahan Baku Tahun 2013	65
Tabel 4.15 Pembelian Bahan Baku Tahun 2014	66
Tabel 4.16 Pembelian Bahan Baku Tahun 2015	67
Tabel 4.17 Nama Mesin, Jumlah Mesin, dan Peralatan Enny Bakery & Cake	68
Tabel 4.18 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2011	73
Tabel 4.19 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2012	73
Tabel 4.20 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2013	74

Tabel 4.21 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2014.....	74
Tabel 4.22 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2015.....	75
Tabel 4.23 Jumlah Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake	76
Tabel 4.24 Klasifikasi Usia Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake	76
Tabel 4.25 Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake	76
Tabel 4.26 Jam Kerja Enny Bakery & Cake	76
Tabel 4.27 Kebutuhan Investasi Awal Enny Bakery & Cake	78
Tabel 4.28 Biaya Depresiasi Dan Amortisasi Enny Bakery & Cake	79
Tabel 4.29 Data Penjualan Enny Bakery & Cake Tahun 2011-2015.....	80
Tabel 4.30 Laporan Harga Pokok Penjualan Enny Bakery & Cake	81
Tabel 4.31 Laporan Laba/Rugi Enny Bakery & Cake	82
Tabel 4.32 Laporan Perubahan Modal Enny Bakery & Cake	83
Tabel 4.33 Laporan Neraca Enny Bakery & Cake	84
Tabel 4.34 Biaya Tetap Enny Bakery & Cake Tahun 2015	85
Tabel 4.35 Biaya Variabel Enny Bakery & Cake Tahun 2015	86
Tabel 5.1 Data BEP Tahun 2015	87
Tabel 5.2 Pembuktian Break Even Point Enny Bakery & Cake Tahun 2015 ..	91
Tabel 5.3 Data Biaya dan Penjualan Tahun 2015	92
Tabel 5.4 Kondisi Laba Tahun 2015	92
Tabel 5.5 Data Proyeksi Laba Tahun 2016	94

Tabel 5.6 Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016	96
Tabel 5.7 Data Penghitungan BEP Tahun 2016.....	97
Tabel 5.8 Pembuktian BEP Tahun 2016	101
Tabel 6.1 Pengklasifikasian Biaya Tetap Tahun 2015	106
Tabel 6.2 Pengklasifikasian Biaya Variabel Tahun 2015	107
Tabel 6.3 Harga Jual, Prediksi Biaya Variabel, dan Target Laba yang ingin dicapai	109
Tabel 6.4 Kapasitas Produksi yang Direncanakan	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Biaya Tetap	18
Gambar 2.2 Grafik Biaya Tetap Rentang Relevan	19
Gambar 2.3 Grafik Biaya Variabel.....	20
Gambar 2.4 (1) Grafik BEP garis biaya tetap sejajar dengan sumbu X	27
Gambar 2.5 (2) Grafik BEP garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel	28
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Layout Enny Bakery & Cake	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Enny Bakery & Cake.....	40
Gambar 4.3 Saluran Distribusi Enny Bakery & Cake Secara Langsung Kepada Konsumen.....	52
Gambar 4.4 Saluran Distribusi Enny Bakery & Cake Melalui Outlet Lain dan Dilanjutkan Kepada Konsumen.....	53
Gambar 4.5 Proses Produksi Enny Bakery & Cake	69
Gambar 4.6 Menyiapkan Bahan Baku dan Peralatan.....	69
Gambar 4.7 Proses Pencampuran Bahan.....	70
Gambar 4.8 Loyang Dioleskan.....	70
Gambar 4.9 Adonan Yang Telah Dimasukkan Dalam Loyang Dipanggang Dalam Oven.....	71
Gambar 4.10 Kue Siap Dimasukkan Dalam Kemasan.....	72

Gambar 4.11 Salah Satu Kue Yang Ditampilkan Dalam Etalase Kue	72
Gambar 5.1 Grafik BEP Tahun 2015	103
Gambar 5.2 Grafik Penjualan Minimal, BEP, dan MOS Tahun 2016	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada setiap perusahaan di dalam menjalankan usahanya bertujuan untuk mendapatkan laba sesuai dengan tujuan pokok yang diharapkan. Diantaranya yaitu agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup serta kelancaran operasinya. ini tentunya bisa tercapai dengan mengaktifkan dan mengefisienkan kerja perusahaan.

Tingkat keuntungan dari perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting untuk diketahui orang yang memiliki kepentingan pada perusahaan, dan sebagai seorang pemilik perusahaan harus mampu merencanakan dan mengatur tingkat keuntungan pada perusahaan.

Penulis menganjurkan perencanaan keuntungan pada tahun selanjutnya memiliki peningkatan sebesar tiga puluh persen (30%) dari keuntungan tahun sebelumnya, hal tersebut ditentukan dari besarnya peningkatan keuntungan operasional dari tahun 2014 hingga 2015 yang mengalami kenaikan sebesar 29%. Namun pada Perusahaan *Enny Bakery & Cake* tidak ada perencanaan tingkat keuntungan yang ingin di capai dan juga tidak ada perhitungan untuk menetapkan kapasitas produksi yang diperlukan pada perusahaan agar mendapatkan keuntungan, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang seberapa kapasitas yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan jika perusahaan menginginkan keuntungan dengan jumlah tertentu berapa banyak produk yang harus di produksi dalam jangka waktu tertentu.

Data yang penulis gunakan untuk melakukan analisis adalah data perusahaan tahun 2011 hingga 2015 dan Metode yang penulis gunakan untuk melakukan perhitungan pada penelitian ini adalah Analisa Break Even Point. Break Even Point (BEP) atau dapat disebut juga sebagai Titik Pulang Pokok merupakan salah satu metode analisis yang sederhana untuk

menghitungkan modal yang digunakan akan kembali namun dapat juga digunakan untuk merencanakan Tingkat Keuntungan dan Target Volume Penjualan Produk sehingga dapat dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan baik dalam Bidang Keuangan, Bidang Pemasaran, Bidang Produksi dan Bidang Personalia.

Untuk menentukan Break Even Point (BEP) biaya-biaya perlu digolongkan terlebih dahulu menjadi biaya tetap dan biaya variabel, namun pada kenyataannya perusahaan *Enny Bakery & Cake* tidak menggolongkan biaya-biaya dengan benar. maka penulis akan menggolongkan biaya-biaya yang ada pada perusahaan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

Pada Analisa Break Even Point (BEP) ada dua metode penghitungan yaitu saat jumlah produksi mencapai berapa unit dalam hal ini disingkat dengan (Q) (BEP–Unit) Atau saat total penjualan mencapai harga berapa rupiah atau disingkat dengan (P) (BEP–Rupiah).

Enny Bakery & Cake dapat menjadikan perhitungan Break Even Point sebagai acuan untuk menetapkan kebijakan dan strategi pada bagian produksi, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian personalia untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Maka pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian **“ANALISIS PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE BREAK EVEN POINT DALAM RANGKA PERENCANAAN LABA PADA PD. ENNY BAKERY & CAKE”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menggolongkan biaya-biaya pada perusahaan kedalam biaya tetap dan biaya variabel?

2. Pada jumlah produksi berapa terjadinya titik impas (Break Even Point) pada perusahaan?
3. Jika perusahaan menetapkan peningkatan keuntungan pada tahun 2016 sebanyak 30% dari keuntungan tahun 2015, berapa banyak produk yang harus di produksi pada tahun 2016?
4. Berapa Persentase *Margin of safety* pada Tingkat Penjualan BEP terhadap Tingkat Penjualan yang direncanakan ?

1.3. BatasanMasalah

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada *Enny Bakery & Cake*.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data tahun 2011-2015.
3. Mengutamakan menggunakan data dari aspek keuangan, dalam hal ini Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Harga Produk per unit, serta data-data yang bersangkutan lainnya dari aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek personalia.
4. Dalam penganalisisan kriteria pengukuran data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:
 - a. Penggolongan biaya tetap dan biaya variabel
 - b. Analisa Break Even Point
 - c. Analisa Penjualan Minimal
 - d. Analisa *Margin of safety*

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk Mengklasifikasi antara biaya tetap dan biaya variabel perusahaan.
2. Untuk mengetahui Kapan terjadinya titik impas (Break Even Point) pada perusahaan.
3. Untuk mengetahui berapa banyak produk yang harus di produksi dalam jangka waktu satu tahun agar keuntungan meningkat sebanyak 30% pada tahun 2016.
4. Untuk mengetahui Persentase *Margin of safety* pada Tingkat Penjualan BEP terhadap Tingkat Penjualan yang direncanakan perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis
 - Untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan lulus dari Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
 - Penulis dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai rencana pengembangan usaha dalam hubungannya yang erat dengan ilmu-ilmu lain yang penulis pelajari selama berkuliah di Manajemen Bisnis Industri yang berguna khususnya dalam menempuh prosedur penelitian.
2. Perusahaan
 - Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi bagi perusahaan sebagai sarana untuk mengetahui kapan Titik Impas akan terjadi, mengetahui jumlah penjualan unit produk yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemilik Perusahaan ketika Merencanakan Tingkat Keuntungan Perusahaan pertahun.
3. Bagi Pembaca

- Sebagai sumber informasi untuk pembaca dan dapat memberikan masukan bagi pembaca yang membutuhkan informasi mengenai metode Break Even Point.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan

Segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh data, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

2.1.2. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah semua elemen biaya yang diproduksi baik tetap maupun variabel. Penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja (Bustami & Nurlela, 2008).

2.1.3. Fungsi Pemasaran

Definisi pemasaran ialah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William, 2001).

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (marketing concept). Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/ pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.

3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Konsep pemasaran didefinisikan sebagai sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda (Swastha, 2005).

2.1.4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2000).

Produk yang dihasilkan perusahaan harus selalu mendapat perhatian manajer, supaya sesuai dengan keinginan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran yang artinya bahwa manajer pemasaran sudah selayaknya memperhatikan dan mengkombinasikan konsep 7P dalam bauran pemasaran yaitu:

1. *Product*/produk
2. *Place*/tempat distribusi
3. *Promotion*/promosi
4. *Price*/harga
5. *Process*/proses
6. *Physcal Evidence*/lingkungan fisik
7. *People*/partisipan

Sedangkan Jerome Mc-Carthy dalam Fandy Tjiptono merumuskan bauran pemasaran menjadi 4 P (Product, Price, Promotion dan Place) (Tjiptono, 2004).

2.1.4.a. Product (Produk)

Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Produk merupakan semua yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.

2.1.4.b. Price (Harga)

Bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.

2.1.4.c. Promotion (Promosi)

Bauran promosi meliputi berbagai metode, yaitu Iklan, Promosi Penjualan, Penjualan Tatap Muka dan Hubungan Masyarakat. Menggambarkan berbagai macam cara yang ditempuh perusahaan dalam rangka menjual produk ke konsumen.

2.1.4.d. Saluran Distribusi (Place)

Merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk.

2.1.5. Fungsi Pembelian

Definisi pembelian adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat (Galloway, 2004).

2.1.6. Fungsi Produksi

Menurut Pindyck dan Rubinfeld, sebuah fungsi produksi menunjukkan output tertinggi “q” yang dapat dibuat oleh perusahaan untuk sebuah kombinasi tertentu input produksi (Pindyck & Rubinfeld, 2014).

2.1.7. Perencanaan sebagai Salah Satu Fungsi Manajemen

Perencanaan (*planning*) meliputi pemilihan serangkaian aktivitas dan spesifikasi bagaimana aktivitas tersebut akan dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu fungsi yang paling mendasar yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Dalam perencanaan manajemen harus mengidentifikasi berbagai alternatif yang tersedia, dan selanjutnya memilih alternatif yang terbaik untuk memenuhi tujuan perusahaan. Manajemen perlu menyeimbangkan antara kesempatan dan kebutuhan sumber daya dalam organisasi, untuk pemilihan serangkaian aktivitas yang akan dilaksanakan. Serangkaian perencanaan tersebut diperlukan untuk memperbaiki kinerja yang kurang, untuk menghadapi kejadian yang tidak diinginkan dan tidak diantisipasi sebelumnya serta untuk mengambil kesempatan dari perkembangan yang baru terjadi.

2.1.8. Pengertian Laba

Laba merupakan selisih antara penerimaan (total) dan biaya (total) (Pindyck & Rubinfeld, 2014: 309), maka mencari tingkat output perusahaan yang memaksimalkan laba berarti menganalisis penerimaannya. Anggaphlah bahwa

output perusahaan adalah q , dan bahwa perusahaan memperoleh penerimaan R . Penerimaan ini sama dengan harga produk P dikalikan jumlah unit produk yang terjual: $R = Pq$. Biaya produksi TC juga bergantung pada tingkat output. Laba perusahaan, π , adalah selisih antara penerimaan dan biaya:

Laba dapat dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$\pi(q) = R(q) - TC(q)$$

$$R = Pq$$

Keterangan:

π = Laba

q = Quantity (jumlah unit produk yang terjual)

R = Revenue (total penerimaan dari semua unit produk yang dijual)

TC = Total Cost (total biaya)

P = Price (harga tiap unit produk)

2.1.9. Perencanaan Laba

Manajemen perusahaan merumuskan rencana yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Menentukan tujuan perusahaan termasuk dalam perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan. Salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen yaitu perencanaan laba. Perencanaan laba sering digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi dan penilaian kinerja manajemen suatu perusahaan untuk masa yang akan datang. Perencanaan laba atau penganggaran mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu:

- a. Memberikan pendekatan yang terarah dalam pemecahan permasalahan
- b. Memaksa pihak manajemen untuk secara dini mengadakan penelaahan terhadap masalah yang dihadapi dan menanamkan kebiasaan pada

organisasi untuk mengadakan telaah yang seksama sebelum mengambil suatu keputusan.

- c. Menciptakan suasana organisasi yang mengarah pada pencapaian laba.
- d. Merangsang peran serta dan mengkoordinasi rencana operasi berbagai segmen dari keseluruhan organisasi manajemen sehingga keputusan akhir dan rencana saling berkaitan.
- e. Menawarkan kesempatan untuk menilai secara sistematis setiap segi atau aspek organisasi maupun untuk memeriksa serta memperbaharui kebijakan dan pedoman dasar secara berkala (Matz, F, & H, 1992: 6). Perencanaan laba merupakan rencana kerja yang telah diperhitungkan implikasi keuangan yang dinyatakan dalam bentuk proyeksi perhitungan rugi-laba, neraca kas, dan modal kerja untuk jangka panjang juga jangka pendek.

Perencanaan laba jangka panjang merupakan proses yang berkesinambungan untuk mengambil keputusan secara sistematis dan disertai dengan perkiraan terbaik mengenai keadaan dimasa mendatang, mengorganisasikan kegiatan yang diperlukan secara sistematis untuk melaksanakan keputusan. Dengan segala laba dan pertumbuhan yang diharapkan haruslah dipecah kedalam anggaran jangka pendek, agar dapat direncanakan dan dikendalikan secara terarah. Rencana jangka panjang manajemen hanya akan tercapai jika sasaran laba jangka panjang bisa dipenuhi secara memuaskan, dan ini memerlukan pertumbuhan dan tingkat laba yang cukup tinggi dan stabil. Perencanaan laba melibatkan kegiatan seperti penetapan tujuan dan target laba yang realistis serta cara untuk mencapainya, yang diupayakan manajemen untuk dicapai. Pada pokoknya tiga prosedur yang berbeda dapat digunakan dalam menetapkan sasaran laba:

- a. Metode *a priori*: di mana sasaran laba yang diinginkan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses perencanaan.

- b. Metode *a posteriori*: di mana sasaran laba ditetapkan sesudah perencanaan, dan sasaran tersebut akan merupakan hasil perencanaan itu sendiri.

c. Metode *pragmatis*: di mana pihak manajemen menggunakan standar laba tertentu yang telah teruji secara empiris dan didukung oleh pengalaman (Matz, F, & H, 1992: 4).

2.1.10. Pengertian Break Even

Break Even adalah suatu kondisi dimana suatu perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak memperoleh rugi atau biaya sama dengan keuntungan $TR = TC$ (Sutia & Tambunan, 2009: 3). Merupakan cara untuk menetapkan kapasitas yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan sebuah titik dalam unit dan satuan nilai uang, dimana biaya – biaya sama dengan pendapatan. Titik tersebut disebut titik impas, perusahaan harus beroperasi di atas tingkat ini untuk mencapai keuntungan (Deitiana, 2011: 94).

Volume penjualan di mana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan Break Even Point.

Rumusan untuk menghitung BEP = titik impas

a. Atas dasar rupiah

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{FC}{1 - (VC/P)}$$

b. Atas dasar unit

$$BEP \text{ unit} = \frac{FC}{P - VC}$$

$$BEP = TR - TC$$

$$TR - TC = 0$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

BEP *rupiah* = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP *unit* = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam unit

Rumus BEP Multi Produk :

$$BEP\ rp = \frac{FC}{\sum[(1 - \frac{VC_i}{P_i}) \times W_i]}$$

Keterangan :

BEP *rp* = Jumlah untuk produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga per unit

FC = Biaya tetap

W = Presentase setiap produk dari total penjualan

i = Masing – masing Produk

2.1.11. Pengertian Analisa Break Even Point

Analisa Break Even adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan *volume* kegiatan. Oleh karena analisa tersebut mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan dan *volume* kegiatan, maka analisa tersebut sering pula disebut *Cost-Profit-Volume analysis (C.P.V. analysis)*. Dalam perencanaan laba, Analisa Break Even merupakan *Profit-Planning Approach* yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan penjualan (*revenue*) (Riyanto, 2013: 359).

Masalah Break Even baru muncul apabila suatu perusahaan selain memiliki biaya variabel juga memiliki biaya tetap. Besarnya biaya variabel totalitas akan selalu berubah sesuai dengan perubahan *volume* produksi. Sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan *volume* produksi.

Analisa BEP dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan antara lain:

- a. Jumlah penjualan minimum yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh keuntungan tertentu.
- c. Seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita rugi.
- d. Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang akan diperoleh.

Industri pada dasarnya mencari laba selain itu juga mempunyai tujuan untuk perkembangan industri, industri berusaha semaksimal mungkin menghindari kerugian atau kebangkrutan atau industri berusaha untuk tidak rugi walaupun tidak mendapat keuntungan, dalam keadaan Break Even Point. Break Even Point adalah satu keadaan dimana industri tidak mengalami kerugian juga industri tidak mengalami keadaan untung.

2.1.12. Pengertian Biaya

Biaya dalam arti luas adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk obyek atau tujuan tertentu. Misalnya biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya secara ekonomi dengan cara yang layak berdasarkan hubungan sebab akibat (Hery, 2012: 19).

Biaya adalah satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual. Jadi biaya merupakan hal penting bagi industri, sebab dengan berbagai macam biaya dapat diketahui atau dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan mengenai harga jual dan produk tersebut. Biaya diukur dengan satuan uang, sehingga biaya merupakan modal berdirinya suatu industri atau organisasi. Adanya sistem pembiayaan yang terarah maka perolehan laba akan berjalan dengan lancar.

Penyajian dan analisa dari data-data biaya akan memberikan kegunaan atau maksud berikut:

- a. Perencanaan laba dengan menggunakan budget-budget sebagai alat
- b. Pengendalian biaya-biaya melalui akuntansi tanggung jawab
- c. Pengukuran laba tahunan atau laba berkala termasuk penilaian persediaan
- d. Memberi bantuan dalam menetapkan harga jual dan suatu kebijaksanaan harga
- e. Memberikan data-data biaya yang bersangkutan-paut untuk proses analisa untuk pengambilan keputusan.

2.1.13. Penggolongan Biaya

2.1.13.a. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah seiring dengan berubahnya *output* dan hanya dapat dihilangkan dengan cara penutupan usaha (Pindyck & Rubinfeld, 2014: 251).

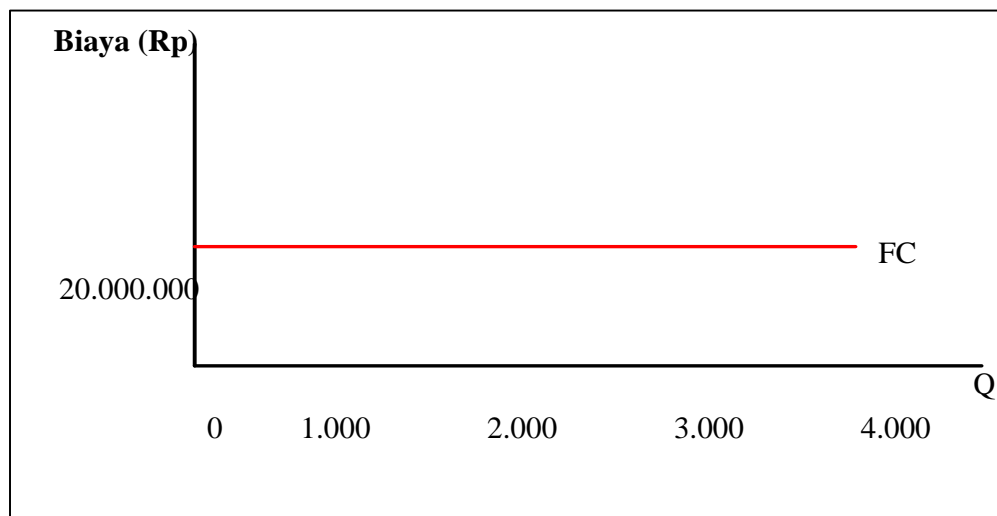
Dalam kegiatan bisnis, biaya tetap lazim disebut biaya kapasitas yaitu biaya sebagai penunjang kegiatan operasi pada suatu kapasitas tertentu bagi kegiatan produksi, pemasaran, dan administrasi. Biaya-biaya ini mencerminkan kemampuan untuk menunjang tingkat *volume* kegiatan yang direncanakan oleh manajemen. Besar kecilnya biaya tetap tergantung pada teknologi yang diterapkan perusahaan (Sugiono & The, 2015: 21)

Tergantung situasinya, biaya tetap dapat mencakup pengeluaran atas pemeliharaan pabrik, asuransi, penyejuk ruangan dan listrik, dan mungkin sejumlah kecil karyawan. Biaya tetap tidak bervariasi dengan tingkat *output*—biaya ini harus dibayar sekalipun *output* tidak dihasilkan sama sekali.

Adapun biaya tersebut meliputi:

- 1) Gaji
- 2) Penyusutan
- 3) Asuransi
- 4) Sewa
- 5) Bunga utang
- 6) Biaya kantor

Gambar 2.1 Grafik Biaya Tetap

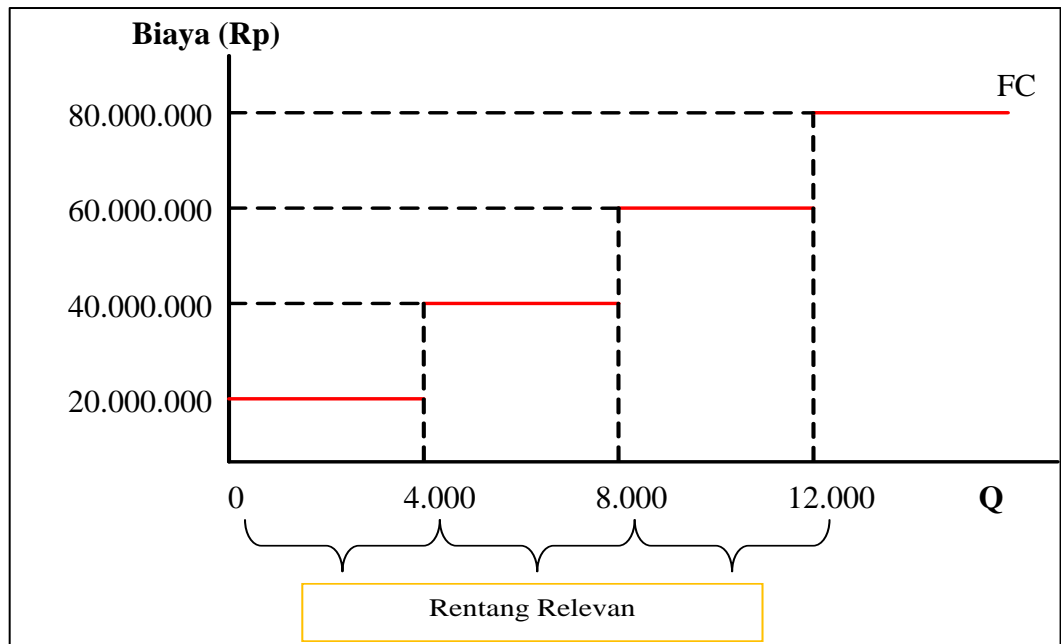


Sumber : Milton F. Usrey and Matz Adolf (1993:318)

Apakah biaya tetap tersebut dapat berubah? Ya, seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa biaya secara totalitas tidak berubah dalam suatu batas tertentu. Jadi, jika sudah melewati batas, maka biaya tersebut dapat berubah. Contoh: Suatu pabrik memiliki mesin produksi dengan biaya depresiasi sebesar Rp20.000.000,- dapat memproduksi 4.000 unit produk, maka jika produksi perusahaan 3.000 unit maka biaya tetapnya adalah sebesar Rp20.000.000,- begitu pula jika kapasitas produksi pabrik mencapai 3.500 unit.

Bagaimana jika pabrik tersebut memproduksi 6.000 unit, maka manajemen perusahaan tentu akan menambah 1 unit mesin lagi jika diasumsikan bahwa depresiasi mesin adalah sama dan kapasitas produksi juga sama, maka dengan produksi sebesar 6.000 unit, perusahaan menanggung biaya tetap sebesar Rp40.000.000,-. Maka produksi antara 0 – 4.000 unit dan 4.001 – 8.000 unit disebut juga jarak rentang kegiatan yang relevan (*relevant range*), yaitu rentang keluaran dimana asumsi hubungan biaya atau keluaran yang berlaku (Sugiono & The, 2015: 23).

Gambar 2.2 Grafik Biaya Tetap Rentang Relevan



2.1.13.b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah saat *output* berubah (Pindyck & Rubinfeld, 2014: 251), mencakup pengeluaran atas upah, gaji, dan bahan mentah yang digunakan untuk produksi yang meningkat seiring dengan peningkatan *output*.

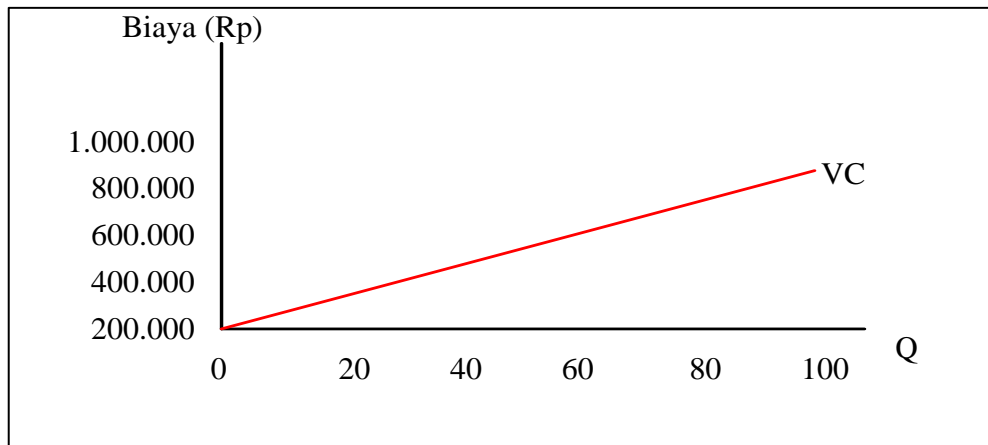
Biaya variabel adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhan berubah secara proporsional terhadap perubahan keluaran (*output*). Jadi, perilaku biaya ini selalu mengikuti tingkat kegiatan pada suatu perusahaan (Sugiono & The, 2015: 24).

Biaya variabel itu antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Bahan baku
- 2) Upah buruh langsung
- 3) Kondisi penjualan
- 4) Biaya produksi
- 5) Biaya pemasaran

Hubungan antara kegiatan produksi dan biaya variabel yang ditimbulkannya biasanya dianggap seakan-akan bersifat linear. Total biaya variabel dianggap meningkat dalam jumlah yang konstan untuk peningkatan setiap unit kegiatan. Namun, hubungan yang sebenarnya sangat jarang bersifat linear secara sempurna pada seluruh rentang relevan yang mungkin. Misalnya, pada saat volume kegiatan meningkat sampai ke tingkat tertentu, barangkali manajemen akan menambah mesin produksi yang baru. Akibatnya, biaya kegiatan per unit akan berbeda-beda pada berbagai tingkat kegiatan. Meskipun demikian, dalam rentang relevan tertentu, hubungan antara kegiatan dan biaya variabelnya kurang lebih bersifat linear. Hubungan ini ditunjukkan dalam gambar di bawah ini. Garis B menggambarkan biaya variabel actual pada semua tingkat kegiatan dan garis A menunjukkan biaya variabel yang dihitung pada semua tingkat kegiatan yang ditentukan berdasarkan observasi pada rentang relevan.

Gambar 2.3 Grafik Biaya Variabel



Sumber : Milton F. Usrey and Matz Adolf (1993:319)

Untuk perencanaan laba yang diperoleh maka ditetapkan berapa produk yang dihasilkan dan kemudian dipasarkan. Untuk itu analisa BEP sangat perlu sebagai perbandingan antara harga pokok produksi dengan harga jual per-satunya.

Harga pokok produksi besarnya ditetapkan berdasarkan biaya total yaitu biaya tetap dan biaya variabel sedangkan melihat harga jual per-satunya besarnya ditetapkan berdasarkan dengan melihat posisi “pesaing”, dengan demikian kita

dapat mengetahui apakah industri rugi atau laba sebagai hasil penjualan yang direncanakan.

Dalam analisis BEP terdapat manfaat bagi manajemen antara lain:

- 1) Membantu pengendalian melalui anggaran (budgetary control). Membantu menunjukkan perubahan apabila ada yang diperlukan untuk menjadikan biaya selaras dengan pendapatan.
- 2) Meningkatkan dan menyeimbangkan penjualan. Berlaku sebagai sinyal peringatan untuk menggugah manajemen terhadap kemungkinan kesulitan dalam program penjualan. Jika penjualan secara relatif tidak cukup tinggi dibandingkan dengan biasanya seperti semestinya, kenyataan ini akan diperhatikan. Dengan demikian akan tersedia cukup waktu guna mengevaluasi kembali teknik penjualan.
- 3) Menganalisa dampak volume penjualan. Memberi jawaban atas pertanyaan seperti:
 - a. Berapa banyak volume penjualan saat ini bisa berkurang sebelum industri menderita rugi?
 - b. Berapa kenaikan laba bila ada kenaikan volume penjualan?
- 4) Menganalisis harga jual dan dampak perubahan biaya. Menunjukkan pengaruh yang mungkin terjadi atas laba akibat perubahan harga jual yang disertai oleh perubahan lain, sebagai contoh:
 - a. Perubahan apa yang dapat diharapkan dalam laba jika terjadi perubahan harga dengan asumsi semua faktor lainnya tetap/konstan?
 - b. Jika harga barang dikurangi apa kombinasi perubahan volume dan biaya yang paling praktis untuk diberikan dan apa pengaruh bersih kombinasi industri tersebut terhadap laba?
 - c. Demikian pula jika harga naik apa kombinasi perubahan dan pengaruhnya terhadap laba yang layak untuk diharapkan?
- 5) Merundingkan upah. Membantu manajemen karena:

- a. Menunjukkan dengan cepat kemungkinan pengaruh perubahan usulan gaji terhadap laba (dianggap tidak ada perubahan efisiensi karyawan)
 - b. Memberikan bantuan dalam menentukan kemungkinan penghematan efisiensi yang dapat melindungi posisi laba industri.
- 6) Menganalisa bauran produk. Memungkinkan dilakukan pengujian krisis atas bauran produk. Analisa impas untuk tiap jalur produk merupakan bantuan yang berharga dalam menentukan produk mana yang mungkin harus dihapuskan.
 - 7) Menilai keputusan-keputusan kapitulasi dan ekspansi lanjutan memberi sarana guna menilai terlebih dahulu usulan belanja barang modal yang dapat mengubah struktur biaya industri.
 - 8) Menganalisa margin pengamanan sebagai cadangan margin pengaman dan cara untuk mempengaruhi melalui pengamanan.

2.1.14. Kegunaan Analisa Break Even Point

a. Perencanaan Laba

Analisa Break Even dapat di pergunakan sebagai alat dalam menganalisis aktivitas operasional perusahaan secara finansial dalam rangka perencanaan laba, penentuan besarnya harga jual minimum produk per unit, untuk analisa dampak perubahan struktur biaya dan melihat hubungan berbagai faktor yang mempengaruhi laba perusahaan (Sabar Sutia, 2009:4).

b. Pengendalian Kegiatan

Analisa Break Even dapat di pergunakan sebagai alat pengendalian kegiatan operasi yang sedang berjalan, yaitu dengan membandingkan antara besarnya angka realisasi yang telah dicapai atau yang dianggarkan pada periode tertentu dengan angka hasil perhitungan Break Even (Sutia & Tambunan, 2009: 5).

c. Pengambilan Keputusan

Analisa Break Even dapat di gunakan sebagai alat untuk mempertimbangkan berbagai alternatif pilihan dalam pengambilan keputusan.

2.1.15. Keterbatasan Break Even

2.1.15.a. Pemisahan Biaya

Dalam kenyataannya untuk dapat memisahkan dan mengelompokkan serta menetapkan biaya kedalam kelompok biaya tetap maupun biaya variabel bukanlah merupakan sesuatu pekerjaan yang mudah karena dalam kenyataannya ada beberapa unsur biaya yang bersifat semi tetap dan semi variabel terhadap biaya seperti ini menurut konsep Break Even harus di ambil keputusan untuk masuk ke biaya tetap atau biaya variabel (Sutia & Tambunan, 2009: 14).

2.1.15.b. Harga Jual

Dalam kenyataannya harga jual per unit dari suatu produk dapat mengalami kenaikan dan penurunan harga dari yang direncanakan.

2.1.15.c. Jenis Barang

Dalam kenyataannya jumlah barang yang dijual atau di produksi oleh suatu perusahaan bisa melebihi satu jenis barang, maka itu harus selalu di anggap satu jenis produk dengan adanya kontribusi produk atau komposisi penjualannya (*sales mix*).

2.1.15.d. Perubahan Struktur Biaya

Dalam perencanaan budget yang telah ditetapkan adakalanya pada periode tertentu mengalami perubahan sehingga perhitungan analisa Break Even juga akan berubah.

2.1.16. Marjin Kontribusi (*Contribution Margin*)

Marjin kontribusi adalah hasil dari total penerimaan dikurangi dengan biaya variabelnya. Oleh karena itu, marjin kontribusi merupakan kekuatan dari suatu produk dalam menghasilkan laba. Efisiensi perusahaan akan terlihat jelas pada marjin kontribusi. Semakin besar marjin kontribusi suatu produk, semakin kuatlah produk tersebut untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Titik impas tercapai apabila marjin kontribusi tersebut sama besarnya dengan total biaya tetap (Sugiono, 2009: 92).

2.1.17. Penentuan Penjualan Minimal

Apabila telah ditetapkan besarnya laba yang di inginkan, maka perlu ditentukan berapa besarnya penjualan minimal yang harus dicapai untuk memungkinkan diperolehnya keuntungan yang diinginkan tersebut (Riyanto, 2013: 372).

Rumus :

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - (\text{Vc}/\text{S})}$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

Vc = Biaya Variabel

VC	= Biaya Variabel Perunit
P	= Harga Produk Perunit
Keuntungan	= Keuntungan yang diinginkan
S	= Penjualan

2.1.18. Hubungan Antara Perencanaan Laba dan Analisa BEP

Perencanaan merupakan proses awal sebelum melakukan kegiatan usaha, tanpa perencanaan maka kegiatan usaha tidak berjalan terarah dan tidak mempunyai tujuan yang pasti. Untuk itu perencanaan merupakan hal penting dalam mengambil keputusan.

Perencanaan merupakan fungsi manajemen dalam aktivitas organisasi untuk merumuskan aktivitas-aktivitas serta asumsi-asumsi mengenai masa depan atau dalam jangka waktu yang panjang dalam mencapai tujuan. Setiap industri mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan atau memperoleh laba. Untuk memperoleh laba tersebut sebelumnya harus diadakan perencanaan sehingga sesuai yang ditargetkan oleh pihak industri dan perencanaan tersebut disebut perencanaan laba. Pada perencanaan laba maka pihak manajer industri akan mudah dalam pengambilan keputusan, dapat memperkirakan anggaran yang dibutuhkan, mengetahui kesalahan yang mungkin muncul. Hal itu dapat dilihat dari pengalaman masa lalu serta dengan perencanaan laba yang dapat merangsang atau memacu menuju persaingan yang lebih ketat melalui efektivitas dan efisiensi.

Anggaran merupakan masalah utama yang dibahas dalam perencanaan laba sebab anggaran tersebut meliputi seluruh biaya-biaya yang ada dalam industri, harga jual yang harus ditentukan dan berapa volume penjualan produk tersebut. Diantara tiga hal itu yang meliputi biaya, harga jual, dan volume penjualan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, sebab harga jual ditafsirkan berdasarkan biaya dan volume penjualan yang dihasilkan pada harga jual walaupun juga harus melihat bagaimana situasi pasar tetapi pasar tersebut

juga melihat harga jual yang ditetapkan industri. Selain itu kualitas produk yang dibebankan pada biaya industri, maka akan dihasilkan berapa anggaran industri yang dapat digunakan untuk menentukan berapa besar laba yang diinginkan.

Dalam hal ini perlu adanya teknik atau cara agar laba tersebut dapat diperoleh seefektif dan seefisien mungkin, untuk itu perlu diterapkan analisa BEP. Adapun pengertian dari BEP adalah suatu keadaan dimana perusahaan tersebut tidak mengalami rugi juga belum mendapatkan laba. Analisa BEP dapat digunakan sebagai pedoman di masa mendatang apabila terjadi pengaruh-pengaruh atau perubahan-perubahan yang akan muncul terhadap perolehan besar kecilnya laba.

Analisa BEP dengan perencanaan laba mempunyai hubungan kuat sebab analisa BEP dan perencanaan laba sama-sama berbicara dalam hal anggaran atau di dalamnya mencakup anggaran yang meliputi biaya, harga produk, dan volume penjualan, yang kesemua itu mengarah ke perolehan laba. Untuk itu dalam perencanaan perlu penerapan atau menggunakan analisa BEP untuk perkembangan ke arah masa datang dan perolehan laba. Selain itu analisa BEP dapat dijadikan tolak ukur untuk menaikkan laba atau untuk mengetahui penurunan laba yang tidak menakibatkan kerugian pada industri.

2.1.19. Cara Pendekatan Grafik

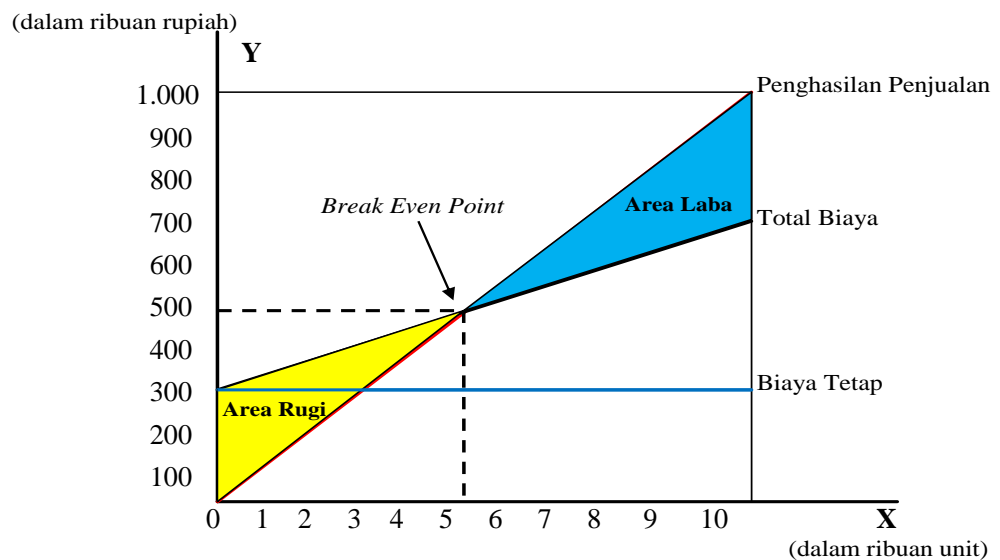
Perencanaan laba perusahaan yang dihitung dengan metode Break Even akan lebih mudah dipahami bilamana disajikan dalam bentuk grafik. Grafik tersebut akan menunjukkan besarnya pendapatan sama dengan biaya yang dihubungkan pada suatu titik, dimana titik tersebut merupakan titik impas atau Break Even Point (BEP) (Sabar Sutia, 2009:55). Pada gambar tersebut akan nampak jelas garis biaya tetap, biaya total yang menggambarkan jumlah biaya tetap dan biaya variabel serta garis penghasilan penjualan. Besarnya volume penjualan atas produksi dalam unit nampak pada sumbu horizontal (sumbu x) dan besarnya biaya dan penghasilan akan nampak pada sumbu vertikal (sumbu y).

pada gambar tersebut titik impas terletak pada persilangan antara garis penjualan dengan garis biaya tetap. Cara membuat grafik garis impas dapat dilakukan dengan dua cara:

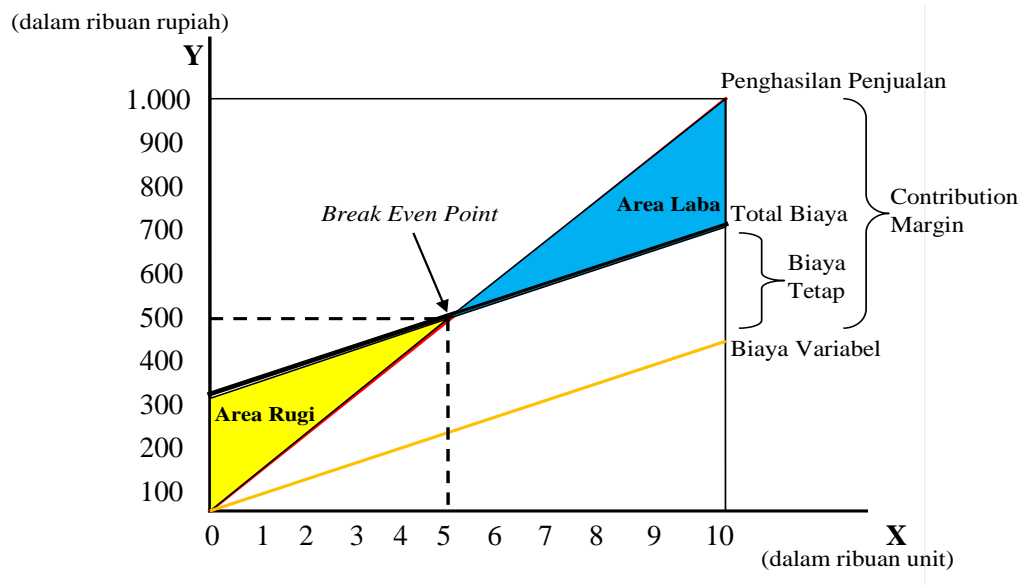
1. Garis biaya tetap digambarkan horizontal sejajar dengan sumbu x.
2. Garis biaya tetap digambarkan sejajar dengan garis biaya variabel.

Lebih jelasnya kita dapat melihat gambar berikut:

Gambar 2.4 (1) Grafik BEP garis biaya tetap sejajar dengan sumbu X



Gambar 2.5 (2) Grafik BEP garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel



Dalam gambar grafik *Break Even Point* tersebut titik impas dapat ditentukan, yaitu pada titik dimana terjadi persilangan antara garis penghasilan penjualan dengan garis total biaya. Apabila dari titik tersebut kita tarik garis lurus vertikal ke bawah sampai sumbu X akan nampak besarnya *Break Even Point* dalam unit. Kalau dari titik itu ditarik garis lurus horizontal ke samping sampai sumbu Y, akan nampak besarnya *Break Even Point* dalam rupiah.

Dalam mengetahui biaya tetap dalam grafik *Break Even Point* itu dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan menggambarkan garis biaya tetap secara horizontal sejajar dengan sumbu X, atau dengan menggambarkan garis total biaya sejajar dengan garis biaya variabel. Pada cara yang kedua, besarnya *Contribution Margin* akan nampak pada gambar grafik *Break Even Point* tersebut.

2.1.20. *Margin of safety*

Hasil penjualan pada tingkat *break even point* bila dihubungkan dengan penjualan yang direncanakan atau pada tingkat penjualan tertentu, maka diperoleh

informasi tentang berapa jauh volume penjualan boleh turun, sehingga industri tidak rugi. Hubungan antara Volume penjualan yang direncanakan dengan Volume Penjualan pada titik impas merupakan tingkat keamanan atau “*Margin of safety*” bagi perusahaan dalam melakukan penjualan (Jumingan, 2006: 212). *Margin of safety* yang tinggi lebih disukai daripada yang rendah karena kerugian yang tinggi berarti makin jauh dari kerugian yang mungkin diderita industri. *Margin of safety* memberikan informasi pada pihak manajemen mengenai berapa besarnya perubahan volume penjualan yang masih dapat diterima agar industri tidak menderita kerugian.

Besarnya *margin of safety* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Darsono, 2009: 332) :

Rumus :

$$\begin{aligned} & \textit{Margin of safety} \\ & = \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan Tingkat BEP}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\% \end{aligned}$$

Keterangan :

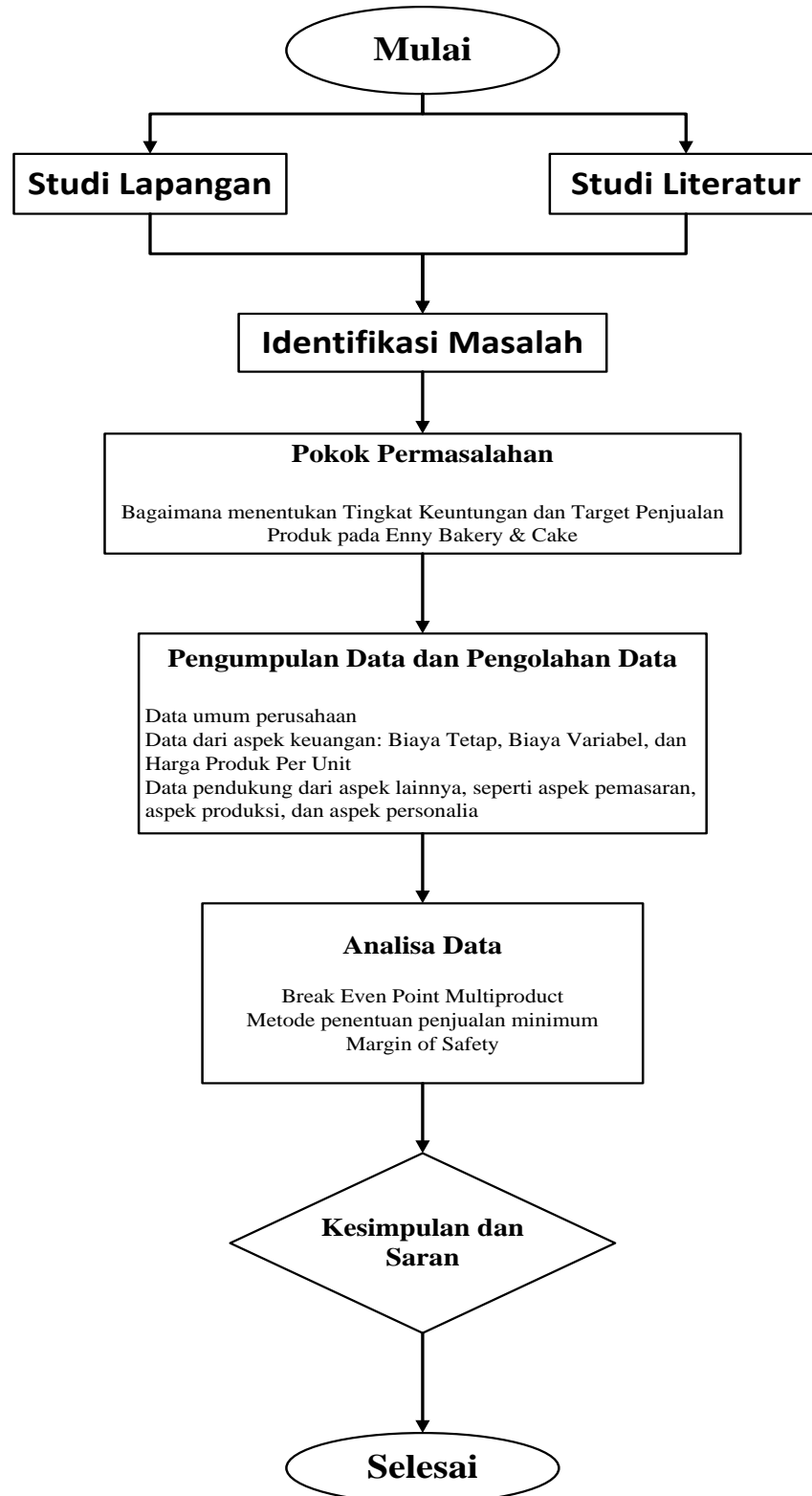
Margin of safety = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas.

Penjualan yang direncanakan = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah.

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

2.2. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Data Dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian adalah data primer (Sanusi, 2011: 104). Data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Jenis data yang digunakan berupa :

1. Data Subyek

Merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau secara kelompok, data subyek ini berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau kelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden).

2. Data Fisik

Merupakan jenis data penelitian yang berupa obyek atau benda-benda fisik, antara lain dalam bentuk bangunan atau bagian bangunan, pakaian, buku, dan peralatan lainnya. Data fisik merupakan data berwujud yang dapat dijadikan sebagai bukti keberadaan atau keterjadian masa lalu. Data ini dapat dikumpulkan melalui observasi.

3. Data Dokumenter

Data dokumenter ini dapat berupa faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program seperti laporan keuangan. Data ini memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa saja yang terlibat dalam suatu kejadian itu.

3.1.2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan datasekunder.

1. Data Primer (Primary Data)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).

Data primer ini ada dua yaitu :

a. Data umum perusahaan

Data umum perusahaan ini berupa data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, kedudukan, tugas dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan.

b. Data khusus perusahaan

Data khusus perusahaan ini berupa data penjualan, data yang berkaitan dengan penentuan harga dan data laporan pendapatan dan biaya.

2. Data Sekunder (Secondary Data)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain).

Secara keseluruhan data yang dimaksud adalah :

- a. Penggunaan Bahan Baku
- b. Volume Penjualan
- c. Harga Jual
- d. Biaya Variabel
- e. Biaya Tetap

3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk analisis penulisan ini dilakukan melalui studi pustaka dan studi lapangan

1. Studi Pustaka (Library Research)

Adalah pengumpulan data dengan menggunakan literatur-literatur dan buku-buku kuliah maupun artikel baik dari majalah, jurnal, maupun surat kabar. Dari penulisan ini penulis memperolehnya melalui media elektronik (internet) maupun media cetak.

2. Studi Lapangan (Field Research)

Adalah pengumpulan data dengan mengadakan penelitian langsung ke sasaran penelitian yaitu ke perusahaan. Penelitian ini dapat dilakukan dengan wawancara dan obsevasi. Dalam hal ini studi lapangan dilakukan secara langsung di perusahaan di Jakarta Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan karena keterjangkauan lokasi oleh penulis. Studi lapangan ini dimaksudkan untuk mendapatkan data mengenai metode penentuan harga jual produk *Enny Bakery & Cake*. Data yang diambil oleh penulis adalah data tahun 2011.

3.3. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu menyajikan rangkuman data atau nilai yang dihitung berdasarkan data yang tersedia atau data yang dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk tabel, yang selanjutnya akan dilakukan Perhitungan Break Even Point, Metode Penentuan Penjualan Minimal, dan *Margin of safety* yang kemudian akan dianalisa dan disimpulkan.

3.4. Analisis Kuantitatif

Analisis data dilakukan dengan mengevaluasi hasil perhitungan penentuan harga jual oleh perusahaan, dan hasil perhitungan yang dilakukan penulis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

3.4.1. Menghitung Break Even Point multi produk

Untuk menghitung break even point unsur-unsur yang diperlukan adalah :

- 1) Penggunaan Bahan Baku
- 2) Volume Penjualan
- 3) Harga Jual
- 4) Biaya Variabel
- 5) Biaya Tetap

Sedangkan rumus yang digunakan untuk Break Even Point multi produk (Deitiana, 2011: 96) adalah:

- a. Atas dasar rupiah

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VC_i}{P_i} \right) \times W_i \right]}$$

- b. Atas dasar unit

$$BEP \text{ unit } (i) = \frac{W_i \times BEP \text{ rupiah}}{P_i}$$

Keterangan :

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga per unit

FC	= Biaya tetap
W	= Presentase setiap produk dari total penjualan
i	= Masing – masing Produk
BEP <i>rupiah</i>	= Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam rupiah
BEP <i>unit</i>	= Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit

3.4.2. Menentukan Penjualan Minimal

metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak penjualan minimal dalam unit maupun rupiah untuk mendapatkan keuntungan yang telah ditetapkan (Jumingan, 2006 : 210).

Rumus :

$$\text{Penjualan minimal rupiah} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - (\text{Vc}/\text{S})}$$

$$\text{Penjualan minimal unit} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

FC	= Biaya Tetap
VC	= Biaya Variabel
V	= Biaya Variabel Perunit
P	= Harga Produk Perunit
Keuntungan	= Keuntungan yang diinginkan

3.4.3. Menentukan *Margin of safety*

merupakan batasan aman penurunan volume penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian (Darsono, 2009: 332).

Rumus :

$$\text{Margin of safety} = \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan Tingkat BEP}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Margin of safety = Hubungan antara volume penjualan yang direncanakan

dengan volume penjualan pada titik impas.

Penjualan yang direncanakan = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada

satuan rupiah.

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.a. Klasifikasi Perusahaan

Nama perusahaan	: <i>Enny Bakery & Cake</i>
Nama pemilik	: Rivon Fermani, SE.
Tahun berdiri	: 2006
Klasifikasi kelas	: Menengah ke atas
Jenis Usaha	: Aneka Roti dan Kue
Daerah kerja	: Depok
Alamat / tempat usaha	: Jl. Tole Iskandar no. 9 Sukmajaya, Depok II (depan swalayan Tip-Top)
Kelurahan	: Sukmajaya
Kecamatan	: Depok II
Kotamadya	: Depok
Telepon	: (021) 77825471 - 08128555638
Nomor SIUP	: 0051/10-27/PK/VIII/2011
Nomor P-IRT DEP.KES RI	: 206327601098
Nomor MUI-JB	: 01101010250905

Nomor NPWP : 35.691.358.2-412.000

Jumlah pekerja : 12 orang

4.1.1.b. Sejarah Singkat Perusahaan

Enny Bakery & Cake merupakan salah satu UMKM di Kota Depok yang bergerak di bidang kuliner khususnya kue dan roti. Nama *Enny Bakery & Cake* diambil dari nama depan pemilik pertamanya yakni Hj. Enny Dayalti, ditambahkan kata '*Bakery & Cake*' karena bergerak di bidang kuliner khususnya kue dan roti.

Sejak tahun 1998 ibu Enny memulai usahanya secara kecil-kecilan menjual produknya dengan memasok ke kantin-kantin sekolah dan toko-toko. Karena peningkatan permintaan konsumen yang terus meningkat, maka ibu Enny berinovasi membuat jenis kue yang beraneka ragam jenisnya. Setelah sembilan tahun usaha *Enny Bakery* ini berjalan dengan disertainya krisis moneter atau masa reformasi. Karena kegigihan beliau menjalankan usaha ini maka pada tahun 2006 tepatnya dibulan juli, ibu Enny serta keluarga ingin lebih mengembangkan usahanya tersebut dengan membangun sebuah store/toko disertai tempat produksinya sendiri di Jl. Tole Iskandar No.9 Kecamatan Sukmajaya, Depok II (Depan Swalayan Tip-Top).

Modal Usaha untuk mendirikan Toko tersebut menggunakan modal sendiri yaitu sebesar Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) yang mana modal tersebut digunakan untuk pembelian mesin produksi, mesin pendingin, etalase, serta pengurusan segala bentuk izin usaha, dll. Usaha ini kemudian dilanjutkan oleh anak dari ibu Enny yaitu bapak Rivon Fermani,SE. Setelah lulus kuliah bapak Rivon memang sudah memiliki rencana untuk melanjutkan serta mengembangkan usaha dari ibundanya.

4.1.1.c. Penentuan Lokasi Perusahaan

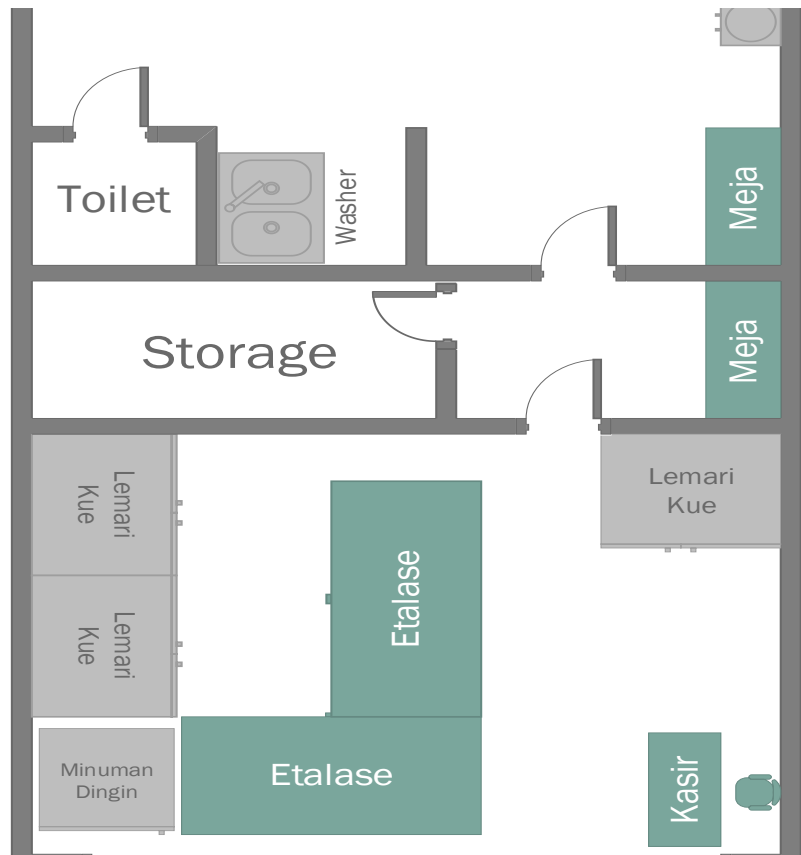
Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. *Enny Bakery & Cake* berlokasi di Jl. Tole Iskandar No.9 Kecamatan

Sukmajaya, Depok II (Depan Swalayan Tip-Top). Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan. Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

- a. Harga sewa tanah dan bangunan yang sangat terjangkau untuk penempatan di pinggir jalan raya tepat berada di seberang pasar swalayan yang menjadi pusat perbelanjaan masyarakat kota depok khususnya kawasan Kecamatan Sukmajaya, Depok II.
- b. Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memerlukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.
- c. Fasilitas lingkungan yang memenuhi syarat kecukupan listrik, air, telepon, dan kelancaran lalu lintas.
- d. Penyediaan bahan baku yang bisa diperoleh dengan mudah.

4.1.1.e. *Layout* Perusahaan Enny Bakery & Cake

Gambar 4.1 *Layout* Enny Bakery & Cake



4.1.2. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan

4.1.2.a. Struktur Organisasi

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Enny Bakery & Cake



4.1.2.b. Deskripsi Jabatan

1. Pemilik Perusahaan

Pemilik perusahaan adalah pendiri perusahaan. Tugas Pemilik Perusahaan antara lain :

- a. Melaksanakan tugas dalam kepemimpinan perusahaan.
- b. Menentukan kebijaksanaan yang menyangkut keuangan, tata usaha, kepegawaian, dan rencana induk perusahaan.
- c. Melakukan pengawasan terhadap setiap kegiatan agar berjalan sesuai dengan program yang telah ditetapkan.
- d. Ikut serta aktif dalam mempromosikan produk perusahaannya.
- e. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan fungsinya.

2. Kepala Operasional

Tugas Kepala Operasional antara lain :

- a. Mengkordinir dan mengawasi serta memberikan pengarahan kerja kepada setiap seksi di bawahannya untuk menjamin terlaksananya kesinambungan dalam proses produksi.
- b. Memonitor pelaksanaan rencana produksi agar dapat dicapai hasil produksi sesuai jadwal, volume yang ditetapkan.
- c. Menjaga agar stabilitas produksi tetap terjaga.
- d. Bertanggung jawab atas pengendalian bahan baku dan efisiensi penggunaan tenaga kerja, mesin dan peralatan.

3. Bagian Pemasaran

Tugas bagian pemasaran, antara lain :

- a. Mencatat barang yang akan dijual.
- b. Memasarkan/menjual produk.
- c. Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisis pasar.

- d. Mengatur strategi bersaing.
- e. Mencari dan mengusulkan kepada direktur mengenai daerah pemasaran yang baru.
- f. Menerima pesanan konsumen bila ada.
- g. Menerima komplain atau saran dari konsumen.
- h. Mengawasi jalannya usaha di tempat penjualan.
- i. Menjalani kerjasama dengan pihak luar.

4. Bagian Keuangan

Tugas bagian keuangan, antara lain :

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- b. Mencatat pelaksanaan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- c. Membuat laporan arus kas masuk dan keluar.
- d. Membuat laporan keluar masuk barang.
- e. Membuat laporan keuangan.

5. Bagian Produksi

Tugas bagian produksi antara lain :

- a. Menangani masalah penyimpangan dan bahan baku, bahan penolong produksi, hasil produksi, serta alat-alat produksi.
- b. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi, baik kualitas maupun kuantitasnya.
- c. Melaporkan dan mendistribusikan ke bagian pemasaran.
- d. Melakukan pencatatan seluruh aktivitas produksi.
- e. Mengawasi kinerja karyawan.
- f. Memastikan produk selesai tepat waktu.

6. Staff Proses

Tugas bagian staff proses antara lain :

- a. Menyiapkan bahan baku untuk proses produksi.
- b. Melakukan proses produksi dari bahan baku sampai bahan jadi.
- c. Menyiapkan produk yang jadi dalam kemasan dan etalase.

7. Staff gudang

Tugas bagian staff gudang antara lain :

- a. Melakukan penerimaan barang/bahan baku dan meneliti apakah barang yang sesuai dengan faktur pembelian dan surat pembelian.
- b. Membuat bukti barang masuk.
- c. Membuat laporan bulanan stock barang kepada bagian keuangan.
- d. Melakukan maintenance untuk melihat bahan baku yang layak untuk produksi, seperti telur.

8. Kasir

Tugas Kasir antara lain :

- a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
- b. Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
- c. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk.
- d. Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan.
- e. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.

4.1.3. Bidang Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu aktivitas utama yang harus dilakukan perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa ketika berupaya menjaga, mempertahankan, dan mengembangkan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut terjadi karena, pemasaran merupakan perantara kegiatan produksi dan konsumsi. Pemasaran menjembatani upaya penyaluran produk dari produsen ke konsumen sehingga tercipta proses tawar-menawar dan transaksi jual-beli.

Dalam pemasaran tentu berbicara bagaimana strategi yang akan digunakan oleh manajer pemasaran untuk merencanakan produk sampai kepada konsumen dengan cepat dan bisa menciptakan pelanggan setia. Perencanaan dalam pemasaran mencakup penentuan strategi yang akan dipersiapkan manajer pemasaran, sehingga memiliki nilai efisiensi dan efektivitas ekonomi dalam memasarkan produk.

Hal tersebut telah menyatakan bahwa kegiatan manajemen pemasaran adalah mengkomunikasikan keberadaan produk kepada pasar sehingga dalam pikiran konsumen muncul perhatian akan produk tersebut, merasa tertarik, dan kemudian konsumen memutuskan untuk membelinya. Sebagaimana diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat serta adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya.

Produk yang dihasilkan perusahaan harus selalu mendapat perhatian manajer, supaya sesuai dengan keinginan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran yang artinya bahwa manajer pemasaran sudah selayaknya memperhatikan dan mengkombinasikan konsep 7P dalam bauran pemasaran yaitu:

8. *Product*/produk
9. *Place*/tempat distribusi
10. *Promotion*/promosi
11. *Price*/harga
12. *Process*/proses
13. *Physcal Evidence*/lingkungan fisik
14. *People*/partisipan

4.1.3.a. *Product/Produk*

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang makanan, kegiatan yang dilakukan perusahaan *Enny Bakery & Cake* memproduksi makanan berupa roti dan kue. Bahan-bahan yang digunakan untuk memproduksi roti dan kue berasal dari bahan-bahan berkualitas tinggi tanpa campuran bahan pengawet, maka produk yang dihasilkan berkualitas tinggi dan aman dikonsumsi.

Berikut jenis produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh *Enny Bakery & Cake*:

Tabel 4.1 Produk yang diproduksi dan dipasarkan Enny Bakery & Cake

1	<i>Black forest</i>	Jenis kue khas Jerman yang paling dikenal di dunia. Kue ini terbuat dari bolu coklat yang dilapisi krim segar, dihiasi ceri di atasnya serta taburan coklat yang menutupi permukaannya.
2	Lapis surabaya	Kue yang dibuat dengan dua hingga tiga lapis warna, warna kuning dan juga warna coklat. Warna kuning akan diperoleh secara alami dari kuning telur, sedangkan warna coklat dari coklat bubuk dan pasta coklat.

3	Kue Talas Bogor	Kue bolu yang menggunakan bahan dasar buah talas
---	-----------------	--

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kue dan roti, dalam kegiatan sehari-harinya *Enny Bakery & Cake* memproduksi tiga (3) jenis produk yaitu, *Blackforest*, Kue Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor. Setiap produk dikemas dalam satu kotak yang berukuran 10x20cm.

Enny Bakery & Cake juga sangata memperhatikan kualitas yang dimiliki setiap produknya sehingga setiap produk yang dihasilkan *Enny Bakery & Cake* memiliki kualitas rasa yang baik dan enak juga banyak diminati semua kalangan.

Pembuatan produk juga sangat diperhatikan kebersihannya oleh perusahaan ini sehingga kualitas terjaga. Produk kue dan roti *Enny Bakery & Cake* ini telah memiliki sertifikat Halal dari MUI dan telah disertifikasi oleh Departemen Kesehatan RI yang memperkuat kualitas dari produk yang diproduksi *Enny Bakery & Caken* dan mampu memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produknya sehingga terbentuklah loyalitas konsumen yang cukup tinggi.

4.1.3.b. Place/Wilayah dan Cara Pemasaran

Wilayah pemasaran yang telah dijangkau *Enny Bakery & Cake* yaitu di daerah Depok, Jakarta, dan Bogor sekitarnya. Sistem penjualan Kue & Roti yang dilakukan *Enny Bakery & Cake* terdiri dari 2 cara, yaitu :

1. Cara langsung

Cara langsung adalah penjualan produk yang dilakukan secara langsung kepada konsumen. Penjualan langsung bertujuan untuk membantu konsumen melihat dan memilih sendiri Roti dan kue yang beraneka ragam secara langsung. Konsumen dapat datang langsung dan mengunjungi Toko *Enny Bakery & Cake* yang berlokasi di Jl. Tole Iskandar (depan swalayan Tip-Top) Depok Timur II. Proses pembayaran dapat dilakukan dengan cara pembayaran tunai.

2. Cara tak langsung

Cara tak langsung adalah penjualan produk yang dilakukan secara tidak langsung. Konsumen yang ingin melakukan pembelian dapat melalui telepon. Dan *Enny Bakery & Cake* ini pun memberikan pelayanan menarik berupa diskon yang berupa penambahan jumlah kue yang sesuai dengan yang ditentukan oleh pemilik perusahaan. Dalam melakukan pemasaran yang lebih luas *Enny Bakery & Cake* menggunakan teknologi yang terkini ataupun modern yaitu melakukan promosi diberbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dll.

4.1.3.c. Promotion/Kegiatan Promosi

Berikut adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Enny Bakery & Cake*:

1. Promosi langsung

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan karyawan bagian pemasaran kepada calon konsumen, melalui outlet yang tersedia, rekan, atau kerabat yang mempunyai bisnis dan dapat juga dilakukan oleh pemilik perusahaan.

2. Mengikuti pameran dan brosur

Dengan rutinnnya *Enny Bakery & Cake* mengikuti berbagai pameran untuk memperkenalkan produknya, maka perusahaan dapat membuat kartu nama dan brosur untuk memudahkan calon konsumen menghubungi perusahaan.

Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan *Enny Bakery & Cake* terhitung dari tahun 2011 - 2015, yaitu:

Tabel 4.2 Biaya Promosi yang Dikeluarkan Enny Bakery & Cake

Keterangan	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
1. Pameran	Rp6,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp6,500,000.00	Rp7,000,000.00	Rp7,000,000.00
2. Brosur	Rp500,000.00	Rp550,000.00	Rp550,000.00	Rp600,000.00	Rp650,000.00
3. Kartu nama	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp250,000.00	Rp250,000.00	Rp300,000.00
Total biaya	Rp6,700,000.00	Rp6,750,000.00	Rp7,300,000.00	Rp7,850,000.00	Rp7,950,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.3.d. *Price*/Penetapan Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang memiliki nilai guna beserta pelayanannya. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli barang.

Dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain kualitas yang dihasilkan dan besarnya biaya produksi, seperti penggunaan bahan dan/atau waktu penggunaan mesin yang membutuhkan biaya listrik tertentu yang menyebabkan biaya produksi meningkat. Harga jual produk yang diberikan Enny Bakery & Cake kepada masyarakat yang berlaku saat ini bisa dikatakan relatif terjangkau, yaitu Rp150.000,- untuk satu buah *Blackforest*, Rp50.000,- untuk satu buah Lapis Surabaya, dan Rp50.000,- untuk satu buah Kue Talas Bogor.

4.1.3.e. *Process*/Proses

Proses adalah aktivitas yang mencerminkan bagaimana kualitas yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Pengelola usaha melalui *front liner* sering menawarkan berbagai macam bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi gratis, pengiriman

produk, *credit card*, *card member*, dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada *image* perusahaan yang tentu akan menunjang *company appeal* (daya tarik perusahaan).

Pada Enny Bakery & Cake, melakukan proses dengan cara pengiriman produk (*delivery*) atau menerima pesanan langsung dari tokonya. Memang hampir seluruh perusahaan di Indonesia sudah menerapkan secara langsung konsep ini, baik secara sadar atau tidak, namun dalam persaingannya setiap perusahaan punya cara masing-masing dalam melakukan pelayanan demi memikat konsumen. Tentu pada Enny Bakery & Cake sudah memiliki kualitas layanan yang baik untuk konsumen agar dapat muncul loyalitas konsumen terhadap produknya. Dari segi kesopanan berbicara dan menghargai konsumen merupakan penerapan awal dari proses pada Enny Bakery & Cake.

4.1.3.f. *Physcal Evidence*/Lingkungan Fisik

Pada Enny Bakery & Cake, untuk lingkungan fisik yang berbicara mengenai dekorasi, ruangan, dan *layout* bisa dikatakan rapih dan bersih, sehingga konsumen yang ingin membeli produk dari perusahaan tersebut sudah dapat terstimulasi secara tak sadar karena toko didesain dengan baik, interior serta ruangnya dikatakan dapat membuat nyaman konsumen yang datang untuk membeli produk. Pencahayaan yang cukup dikombinasikan dengan warna cat tembok yang cerah dapat memikat konsumen yang ingin mencari-cari kue dan roti yang ingin dibeli, itu artinya tempat usaha sudah berhasil melalui dekorasi, ruangan, dan *layout* sudah memberi sebuah nilai tambah untuk membuat konsumen lebih betah didalam toko ketika melakukan pemilihan produk.

4.1.3.g. *People*/Partisipan

People merupakan karyawan penyedia jasa layanan penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri. Terlebih lagi *people* sangat berkaitan dengan karyawan yang punya *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan dan *knowledge*

(pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar.

Pada konsep ini hal yang perlu juga yaitu mengenai *attitude* karyawan. Hal ini sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspektasikan atau diharapkan. Enny Bakery & Cake menerapkan konsep ini bisa dilihat dari penampilan para karyawan ketika bekerja dan cara mereka berbicara yang sopan untuk melayani konsumen serta memiliki *attitude* yang baik. Hal tersebutlah yang akan mendorong penjualan sehingga konsep ini dapat dikatakan teori yang menunjang peningkatan penjualan pada Enny Bakery & Cake.

4.1.3.h. Segmen Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

Ada empat kriteria yang harus dipenuhi segmen pasar agar proses segmentasi pasar dapat dijalankan dengan efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, yaitu:

- Terukur (*Measurable*), artinya segmen pasar tersebut dapat diukur, baik besarnya, maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- Terjangkau (*Accessible*), artinya segmen pasar tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilayani secara efektif.
- Cukup luas (*Substantial*), sehingga dapat menguntungkan bila dilayani.

- Dapat dilaksanakan (*Actionable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Adapun segmentasi pasar dari *Enny Bakery & Cake* adalah dengan segmentasi atas dasar demografis. Segmentasi pasar dilakukan dengan cara memisahkan pasar kedalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada variabel-variabel demografis, yaitu: umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya, variabel-variabel demografis disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Variabel Demografis Segmentasi Pasar Enny Bakery & Cake

Variabel Demografis	Keterangan
Umur	Semua umur
Jenis Kelamin	Laki-Laki dan Perempuan
Pendapatan	≤ Rp 500.000
Pendidikan	Tidak mengenal batas usia
Pekerjaan	Semua jenis pekerjaan

Sumber: Enny Bakery & Cake, Hasil Wawancara

4.1.3.i. Saluran Distribusi

Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pedagang besar dan pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi.

Gambar 4.3 Saluran Distribusi Enny Bakery & Cake Secara Langsung Kepada Konsumen



sumber: Enny Bakery & Cake, hasil wawancara

Saluran distribusi dari produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi paling sederhana, dimana produsen menyalurkan produknya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara, hanya melalui toko yang dimiliki oleh perusahaan sendiri di tempat produk tersebut diproduksi. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

Gambar 4.4 Saluran Distribusi Enny Bakery & Cake Melalui Outlet Lain dan Dilanjutkan Kepada Konsumen



sumber: Enny Bakery & Cake, hasil wawancara

Enny Bakery & Cake juga melakukan distribusi produknya kepada beberapa toko kue lain yang bersedia melakukan penjualan terhadap produk ENny Bakery & Cake dan dilanjutkan kepada konsumen akhir, tentunya dengan melakukan berbagai kesepakatan dengan pemilik toko/outlet tempat dijualnya produk tersebut.

4.1.3.j. Kegiatan Pemasaran

Menurut William J. Stanton pemasaran ialah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William, 2001).

1. Pembelian

Pengertian pembelian menurut Galloway adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat.

Untuk menjalankan fungsi pembelian dalam hal pembelian bahan baku, *Enny Bakery & Cake* melakukan pembelian dengan memilih bahan baku yang

berkualitas baik dan sesuai standar mutu agar setiap produk yang dihasilkan dapat diterima baik oleh masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pembelian dari konsumen ke produsen (*Enny Bakery & Cake*) yaitu dengan melakukan dua jenis saluran distribusi langsung yang disalurkan langsung ke konsumen.

2. Penjualan Produk ke Konsumen

Enny Bakery & Cake dalam penjualan produknya kepada konsumen dilakukan secara langsung. Jadi konsumen dapat membeli secara langsung produk *Enny Bakery & Cake* di outlet yang berada di kota Depok, tepatnya di Jl. Tole Iskandar No.9 Kecamatan Sukmajaya, Depok II, Jl. Nusantara Raya No.102 D Pancoran Mas Depok I dan di Jl. Nusantara Raya No.294 Pancoran Mas Depok I. Hal ini dimaksudkan agar kualitas produk tetap terjaga dengan baik, konsumen juga dapat lebih puas dan dapat memilih produk yang tersedia secara langsung.

Tabel 4.4 Penjualan Produk *Blackforest* Selama 5 Tahun

<i>BlackForest</i>				
Tahun	Unit	Harga/unit	Kenaikan Harga	Penjualan
2011	5,849	Rp 80,000.00	0%	Rp467,920,000.00
2012	5,489	Rp 85,000.00	6%	Rp466,565,000.00
2013	5,720	Rp 90,000.00	6%	Rp514,800,000.00
2014	5,563	Rp 95,000.00	5%	Rp528,485,000.00
2015	5,830	Rp 100,000.00	5%	Rp583,000,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.5 Penjualan Produk Lapis Surabaya Selama 5 Tahun

Lapis Surabaya				
Tahun	Unit	Harga/Unit	Kenaikan Harga	Penjualan
2011	5,321	Rp 35,000.00	0%	Rp186,235,000.00
2012	5,289	Rp 38,000.00	8%	Rp200,982,000.00
2013	5,490	Rp 40,000.00	5%	Rp219,600,000.00
2014	4,895	Rp 45,000.00	11%	Rp220,275,000.00
2015	6,139	Rp 50,000.00	10%	Rp306,950,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.6 Penjualan Kue Talas Bogor Selama 5 Tahun

Talas Bogor				
Tahun	Unit	Harga/Unit	Kenaikan Harga	Penjualan
2011	5,483	Rp 35,000.00	0%	Rp191,905,000.00
2012	5,230	Rp 38,000.00	8%	Rp198,740,000.00
2013	4,938	Rp 40,000.00	5%	Rp197,520,000.00
2014	5,490	Rp 45,000.00	11%	Rp247,050,000.00
2015	5,734	Rp 50,000.00	10%	Rp286,700,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

3. Pengiriman Produk

Enny Bakery & Cake melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran dengan menggunakan sepeda motor senilai Rp30.000.000,- ke outlet-outlet yang menjual produk *Enny Bakery & Cake*. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat (konsumen) sehingga konsumen juga dapat dengan mudah membeli produk *Enny Bakery & Cake* karena produknya juga tersedia di berbagai toko kue.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim ke outlet lain dan pemesanan melalui telepon, *Enny Bakery & Cake* langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan outlet penjual dan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.

4. Penyimpanan Produk

Penyimpanan produk ditempatkan pada etalase dan lemari pendingin yang memperlihatkan produk kepada konsumen secara langsung di tempat penjualan produk dilakukan yakni di ruang depan toko. Penyimpanan bertujuan untuk memudahkan konsumen melihat dan memilih produk yang mereka inginkan, dan menjaga kualitas produk dengan melakukan penyimpanan pada suhu tertentu dan menjaga produk agar tahan lama dan tidak rusak akibat suhu yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah. Sedangkan penyimpanan bahan baku dilakukan di ruang tengah toko antara ruang penjualan dengan dapur.

5. Pembungkusan Produk

Enny Bakery & Cake dalam melakukan pembungkusan atau *packaging* dilakukan dengan disusun di dalam dus yang berbentuk persegi berukuran panjang 20cm, lebar 10cm, dan tinggi 7cm. Saat penyusunan dus, Enny Bakery & Cake melakukannya dengan sangat hati-hati, dikarenakan jika dus tergecet akan merusak permukaan luar dus sehingga dilihat kurang menarik.

6. Periklanan Produk

Enny Bakery & Cake melakukan periklanan menggunakan kartu nama perusahaan dan brosur yang dibagikan saat mengikuti pameran kemudian ketika konsumen juga datang ke outlet toko langsung diberikan brosur dan kartu nama untuk memudahkan pemesanan, karena dalam brosur dan kartu nama itu ada nomor telepon juga, sehingga sangat memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan serta masih menggunakan metode promosi berantai melalui konsumen kepada konsumen lain berdasarkan pengalaman konsumen itu sendiri.

7. Pendanaan

Untuk hal pendanaan, Enny Bakery & Cake melaksanakan pendanaan dengan menggunakan kas (uang hasil pendapatan), dengan kata lain perusahaan ini mempunyai alokasi untuk pos pendanaan pemasaran yang besarnya telah

disesuaikan. Enny Bakery & Cake juga tidak melakukan peminjaman baik dari pihak bank maupun dari rekanan.

8. Budget Pemasaran

Tabel 4.7 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2011 (Rupiah)

Keterangan	Tahun 2011		
	Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran	Persentase (%)
1. Gaji/Upah bagian penjualan :	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	
Sub Total	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	100%
2. Biaya Pengemasan :			
Kardus Kue Ukuran 10cm x 20cm x 7cm	Rp 8,500,000.00	Rp 8,326,500.00	98%
Sub Total	Rp 8,500,000.00	Rp 8,326,500.00	98%
3. Biaya periklanan dan promosi :			
a. Pameran	Rp 7,000,000.00	Rp 6,000,000.00	86%
b. Brosur	Rp 600,000.00	Rp 500,000.00	83%
c. Kartu nama	Rp 300,000.00	Rp 200,000.00	67%
Sub Total	Rp 7,900,000.00	Rp 6,700,000.00	85%
4. Biaya Pemasaran Offline :			
a. Sewa Toko	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Total	Rp 126,400,000.00	Rp 125,026,500.00	99%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.8 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2012 (Rupiah)

Keterangan	Tahun 2012		
	Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran	Persentase (%)
1. Gaji/Upah bagian penjualan :	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	
Sub Total	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	100%
2. Biaya Pengemasan :			
Kardus Kue Ukuran 10cm x 20cm x 7cm	Rp 8,500,000.00	Rp 8,004,000.00	94%
Sub Total	Rp 8,500,000.00	Rp 8,004,000.00	94%
3. Biaya periklanan dan promosi :			
a. Pameran	Rp 7,000,000.00	Rp 6,000,000.00	86%
b. Brosur	Rp 600,000.00	Rp 550,000.00	92%
c. Kartu nama	Rp 300,000.00	Rp 200,000.00	67%
Sub Total	Rp 7,900,000.00	Rp 6,750,000.00	85%
4. Biaya Pemasaran Offline :			
a. Sewa Toko	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Total	Rp 126,400,000.00	Rp 124,754,000.00	99%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.9 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2013 (Rupiah)

Keterangan	Tahun 2013		
	Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran	Persentase (%)
1. Gaji/Upah bagian penjualan :	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	
Sub Total	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	100%
2. Biaya Pengemasan :			
Kardus Kue Ukuran 10cm x 20cm x 7cm	Rp 15,000,000.00	Rp 12,918,400.00	86%
Sub Total	Rp 15,000,000.00	Rp 12,918,400.00	86%
3. Biaya periklanan dan promosi :			
a. Pameran	Rp 7,000,000.00	Rp 6,500,000.00	93%
b. Brosur	Rp 600,000.00	Rp 550,000.00	92%
c. Kartu nama	Rp 300,000.00	Rp 250,000.00	83%
Sub Total	Rp 7,900,000.00	Rp 7,300,000.00	92%
4. Biaya Pemasaran Offline :			
a. Sewa Toko	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Total	Rp 132,900,000.00	Rp 130,218,400.00	98%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.10 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2014 (Rupiah)

Keterangan	Tahun 2014		
	Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran	Persentase (%)
1. Gaji/Upah bagian penjualan :	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	
Sub Total	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	100%
2. Biaya Pengemasan :			
Kardus Kue Ukuran 10cm x 20cm x 7cm	Rp 15,000,000.00	Rp 12,758,400.00	85%
Sub Total	Rp 15,000,000.00	Rp 12,758,400.00	85%
3. Biaya periklanan dan promosi :			
a. Pameran	Rp 7,000,000.00	Rp 7,000,000.00	100%
b. Brosur	Rp 600,000.00	Rp 600,000.00	100%
c. Kartu nama	Rp 300,000.00	Rp 250,000.00	83%
Sub Total	Rp 7,900,000.00	Rp 7,850,000.00	99%
4. Biaya Pemasaran Offline :			
a. Sewa Toko	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Total	Rp 132,900,000.00	Rp 130,608,400.00	98%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.11 Budget Pemasaran Enny Bakery & Cake Tahun 2015 (Rupiah)

Keterangan	Tahun 2015		
	Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran	Persentase (%)
1. Gaji/Upah bagian penjualan :	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	
Sub Total	Rp 90,000,000.00	Rp 90,000,000.00	100%
2. Biaya Pengemasan :			
Kardus Kue Ukuran 10cm x 20cm x 7cm	Rp 20,000,000.00	Rp 17,703,000.00	89%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 17,703,000.00	89%
3. Biaya periklanan dan promosi :			
a. Pameran	Rp 7,000,000.00	Rp 7,000,000.00	100%
b. Brosur	Rp 800,000.00	Rp 650,000.00	81%
c. Kartu nama	Rp 300,000.00	Rp 300,000.00	100%
Sub Total	Rp 8,100,000.00	Rp 7,950,000.00	98%
4. Biaya Pemasaran Offline :			
a. Sewa Toko	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Sub Total	Rp 20,000,000.00	Rp 20,000,000.00	100%
Total	Rp 138,100,000.00	Rp 135,653,000.00	98%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.4. Bagian Produksi

4.1.4.a. Uraian Produk

Produk yang dihasilkan oleh *Enny Bakery & Cake* adalah aneka jenis kue dan roti dengan merk dagang *Enny Bakery & Cake*. Kue dan roti di produksi dengan bahan-bahan yang berkualitas dan higienis dengan tidak menggunakan bahan pengawet. Sehingga produk tersebut memiliki jangka waktu yang tidak tahan lama, maksimal 8 hari. Gambaran dan penjelasan mengenai aneka jenis kue dan roti yang diproduksi adalah sebagai berikut:

1. Blackforest

Jenis kue khas Jerman yang paling dikenal di dunia. Kue ini terbuat dari bolu coklat yang dilapisi krim segar, dihiasi ceri di atasnya serta taburan coklat yang menutupi permukaannya.

2. Lapis Surabaya

Kue yang dibuat dengan dua hingga tiga lapis warna, warna kuning dan juga warna coklat. Warna kuning akan diperoleh secara alami dari kuning telur, sedangkan warna coklat dari coklat bubuk dan pasta coklat.

3. Kue Talas Bogor

Kue bolu yang menggunakan bahan dasar buah talas

4.1.4.b. Bahan Baku

Untuk menghasilkan kue dan roti terbaik dan memuaskan konsumen, perusahaan memerlukan bahan baku dan bahan penolong yang berkualitas yang sesuai Standar Nasional Indonesia dan dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan yang mengkonsumsi supaya tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi. Berikut merupakan bahan baku dan bahan penolong yang digunakan di *Enny Bakery & Cake* beserta total biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku tersebut.

Tabel 4.12 Pembelian Bahan Baku Tahun 2011

Pembelian Bahan Baku tahun 2011								
1	Blackforest untuk 1 unit ukuran 10cm x 20cm x 7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Maizena	20	gr	5,849	116980	gr	Rp36.00	Rp4,211,280.00
	Tepung Terigu	80	gr		467920	gr	Rp8.00	Rp3,743,360.00
	Mentega	50	gr		292450	gr	Rp20.00	Rp5,849,000.00
	Gula Pasir	100	gr		584900	gr	Rp12.00	Rp7,018,800.00
	Coklat Bubuk	100	gr		584900	gr	Rp14.00	Rp8,188,600.00
	Vanili	5	gr		29245	gr	Rp257.00	Rp7,515,965.00
	Emulsifier	8	gr		46792	gr	Rp98.00	Rp4,585,616.00
	Telur Ayam	6	butir		35094	butir	Rp900.00	Rp31,584,600.00
	Buah <i>Cherry</i> merah	3	buah		17547	buah	Rp1,000.00	Rp17,547,000.00
	Krim Kocok	100	gr		584900	gr	Rp96.00	Rp56,150,400.00
	Jumlah							
2	Lapis Surabaya Ukuran 10cm x 20cm x 7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Terigu	100	gr	5,321	532100	gr	Rp8.00	Rp4,256,800.00
	Tepung Maizena	22	gr		117062	gr	Rp36.00	Rp4,214,232.00
	Coklat Bubuk	10	gr		53210	gr	Rp14.00	Rp744,940.00
	Gula Pasir	200	gr		1064200	gr	Rp12.00	Rp12,770,400.00
	Mentega	200	gr		1064200	gr	Rp20.00	Rp21,284,000.00
	Telur Ayam	10	butir		53210	butir	Rp900.00	Rp47,889,000.00
	Susu Bubuk	10	gr		53210	gr	Rp80.00	Rp4,256,800.00
	Emulsifier	8	gr		42568	gr	Rp98.00	Rp4,171,664.00
Jumlah								Rp99,587,836.00
3	Kue Talas Bogor Ukuran 10cm x 20cm x 7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Talas	100	gr	5,483	548300	gr	Rp20.00	Rp10,966,000.00
	Tepung Terigu	100	gr		548300	gr	Rp8.00	Rp4,386,400.00
	Susu Bubuk	50	gr		274150	gr	Rp80.00	Rp21,932,000.00
	Gula Pasir	150	gr		822450	gr	Rp12.00	Rp9,869,400.00
	Telur Ayam	4	butir		21932	butir	Rp900.00	Rp19,738,800.00
	Mentega	175	gr		959525	gr	Rp20.00	Rp19,190,500.00
	Emulsifier	8	gr		43864	gr	Rp98.00	Rp4,298,672.00
	<i>Butter Cream</i>	100	gr		548300	gr	Rp45.00	Rp24,673,500.00
Keju Parut	100	gr	548300		gr	Rp100.00	Rp54,830,000.00	
Jumlah								Rp169,885,272.00
Total								Rp415,867,729.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.13 Pembelian Bahan Baku Tahun 2012

Pembelian Bahan Baku tahun 2012									
1	Blackforest untuk 1 unit ukuran 10cm x 20cm x 7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Maizena	20	gr	5,489	109780	gr	Rp36.00	Rp3,952,080.00	
	Tepung Terigu	80	gr		439120	gr	Rp8.50	Rp3,732,520.00	
	Mentega	50	gr		274450	gr	Rp20.00	Rp5,489,000.00	
	Gula Pasir	100	gr		548900	gr	Rp12.60	Rp6,916,140.00	
	Coklat Bubuk	100	gr		548900	gr	Rp14.00	Rp7,684,600.00	
	Vanili	5	gr		27445	gr	Rp400.00	Rp10,978,000.00	
	Emulsifier	8	gr		43912	gr	Rp100.00	Rp4,391,200.00	
	Telur Ayam	6	butir		32934	butir	Rp900.00	Rp29,640,600.00	
	Buah <i>Cherry merah</i>	3	buah		16467	buah	Rp1,000.00	Rp16,467,000.00	
Krim Kocok	100	gr	548900		gr	Rp98.00	Rp53,792,200.00		
Jumlah								Rp143,043,340.00	
2	Lapis Surabaya Ukuran 10cm x 20cm x 7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Terigu	100	gr	5,289	528900	gr	Rp8.50	Rp4,495,650.00	
	Tepung Maizena	22	gr		116358	gr	Rp36.00	Rp4,188,888.00	
	Coklat Bubuk	10	gr		52890	gr	Rp14.00	Rp740,460.00	
	Gula Pasir	200	gr		1057800	gr	Rp12.60	Rp13,328,280.00	
	Mentega	200	gr		1057800	gr	Rp20.00	Rp21,156,000.00	
	Telur Ayam	10	butir		52890	butir	Rp900.00	Rp47,601,000.00	
	Susu Bubuk	10	gr		52890	gr	Rp80.00	Rp4,231,200.00	
	Emulsifier	8	gr		42312	gr	Rp100.00	Rp4,231,200.00	
Jumlah								Rp99,972,678.00	
3	Kue Talas Bogor Ukuran 10cm x 20cm x 7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Talas	100	gr	5,230	523000	gr	Rp23.00	Rp12,029,000.00	
	Tepung Terigu	100	gr		523000	gr	Rp8.50	Rp4,445,500.00	
	Susu Bubuk	50	gr		261500	gr	Rp80.00	Rp20,920,000.00	
	Gula Pasir	150	gr		784500	gr	Rp12.60	Rp9,884,700.00	
	Telur Ayam	4	butir		20920	butir	Rp900.00	Rp18,828,000.00	
	Mentega	175	gr		915250	gr	Rp20.00	Rp18,305,000.00	
	Emulsifier	8	gr		41840	gr	Rp100.00	Rp4,184,000.00	
	<i>Butter Cream</i>	100	gr		523000	gr	Rp48.00	Rp25,104,000.00	
Keju Parut	100	gr	523000		gr	Rp105.00	Rp54,915,000.00		
Jumlah								Rp168,615,200.00	
Total								Rp411,631,218.00	

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.14 Pembelian Bahan Baku Tahun 2013

Pembelian Bahan Baku tahun 2013									
1	Blackforest untuk 1 unit ukuran 10cm x 20cm x 7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Maizena	20	gr	5,720	114400	gr	Rp36.00	Rp4,118,400.00	
	Tepung Terigu	80	gr		457600	gr	Rp9.00	Rp4,118,400.00	
	Mentega	50	gr		286000	gr	Rp22.00	Rp6,292,000.00	
	Gula Pasir	100	gr		572000	gr	Rp13.00	Rp7,436,000.00	
	Coklat Bubuk	100	gr		572000	gr	Rp15.00	Rp8,580,000.00	
	Vanili	5	gr		28600	gr	Rp600.00	Rp17,160,000.00	
	Emulsifier	8	gr		45760	gr	Rp95.00	Rp4,347,200.00	
	Telur	6	butir		34320	butir	Rp1,000.00	Rp34,320,000.00	
	Buah <i>Cherry merah</i>	3	buah		17160	buah	Rp900.00	Rp15,444,000.00	
	Krim Kocok	100	gr		572000	gr	Rp95.00	Rp54,340,000.00	
Jumlah								Rp156,156,000.00	
2	Lapis Surabaya Ukuran 10cm x 20cm x 7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Terigu	100	gr	5,490	549000	gr	Rp9.00	Rp4,941,000.00	
	Tepung Maizena	22	gr		120780	gr	Rp36.00	Rp4,348,080.00	
	Coklat Bubuk	10	gr		54900	gr	Rp15.00	Rp823,500.00	
	Gula Pasir	200	gr		1098000	gr	Rp13.00	Rp14,274,000.00	
	Mentega	200	gr		1098000	gr	Rp22.00	Rp24,156,000.00	
	Telur Ayam	10	butir		54900	butir	Rp1,000.00	Rp54,900,000.00	
	Susu Bubuk	10	gr		54900	gr	Rp90.00	Rp4,941,000.00	
	Emulsifier	8	gr		43920	gr	Rp95.00	Rp4,172,400.00	
Jumlah								Rp112,555,980.00	
3	Kue Talas Bogor Ukuran 10cm x 20cm x7cm								
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku	
	Tepung Talas	100	gr	4,938	493800	gr	Rp25.00	Rp12,345,000.00	
	Tepung Terigu	100	gr		493800	gr	Rp9.00	Rp4,444,200.00	
	Susu Bubuk	50	gr		246900	gr	Rp90.00	Rp22,221,000.00	
	Gula Pasir	150	gr		740700	gr	Rp13.00	Rp9,629,100.00	
	Telur Ayam	4	butir		19752	butir	Rp1,000.00	Rp19,752,000.00	
	Mentega	175	gr		864150	gr	Rp22.00	Rp19,011,300.00	
	Emulsifier	8	gr		39504	gr	Rp95.00	Rp3,752,880.00	
	<i>Butter Cream</i>	100	gr		493800	gr	Rp50.00	Rp24,690,000.00	
Keju Parut	100	gr	493800		gr	Rp110.00	Rp54,318,000.00		
Jumlah								Rp170,163,480.00	
Total								Rp438,875,460.00	

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.15 Pembelian Bahan Baku Tahun 2014

Pembelian Bahan Baku tahun 2014								
1	Blackforest untuk 1 unit ukuran 10cm x 20cm x 7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Maizena	20	gr	5,563	111260	gr	Rp37.00	Rp4,116,620.00
	Tepung Terigu	80	gr		445040	gr	Rp10.00	Rp4,450,400.00
	Mentega	50	gr		278150	gr	Rp22.00	Rp6,119,300.00
	Gula Pasir	100	gr		556300	gr	Rp13.50	Rp7,510,050.00
	Coklat Bubuk	100	gr		556300	gr	Rp15.00	Rp8,344,500.00
	Vanili	5	gr		27815	gr	Rp700.00	Rp19,470,500.00
	Emulsifier	8	gr		44504	gr	Rp100.00	Rp4,450,400.00
	Telur Ayam	6	butir		33378	butir	Rp1,200.00	Rp40,053,600.00
	Buah <i>Cherry</i> merah	3	buah		16689	buah	Rp1,000.00	Rp16,689,000.00
	Krim Kocok	100	gr		556300	gr	Rp100.00	Rp55,630,000.00
	Jumlah							
2	Lapis Surabaya Ukuran 10cm x 20cm x 7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Terigu	100	gr	4,895	489500	gr	Rp10.00	Rp4,895,000.00
	Tepung Maizena	22	gr		107690	gr	Rp37.00	Rp3,984,530.00
	Coklat Bubuk	10	gr		48950	gr	Rp15.00	Rp734,250.00
	Gula Pasir	200	gr		979000	gr	Rp13.50	Rp13,216,500.00
	Mentega	200	gr		979000	gr	Rp22.00	Rp21,538,000.00
	Telur Ayam	10	butir		48950	butir	Rp1,200.00	Rp58,740,000.00
	Susu Bubuk	10	gr		48950	gr	Rp100.00	Rp4,895,000.00
	Emulsifier	8	gr		39160	gr	Rp100.00	Rp3,916,000.00
Jumlah								Rp111,919,280.00
3	Kue Talas Bogor Ukuran 10cm x 20cm x7cm							
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku
	Tepung Talas	100	gr	5,490	549000	gr	Rp25.00	Rp13,725,000.00
	Tepung Terigu	100	gr		549000	gr	Rp10.00	Rp5,490,000.00
	Susu Bubuk	50	gr		274500	gr	Rp100.00	Rp27,450,000.00
	Gula Pasir	150	gr		823500	gr	Rp13.50	Rp11,117,250.00
	Telur Ayam	4	butir		21960	butir	Rp1,200.00	Rp26,352,000.00
	Mentega	175	gr		960750	gr	Rp22.00	Rp21,136,500.00
	Emulsifier	8	gr		43920	gr	Rp100.00	Rp4,392,000.00
	<i>Butter Cream</i>	100	gr		549000	gr	Rp50.00	Rp27,450,000.00
Keju Parut	100	gr	549000		gr	Rp120.00	Rp65,880,000.00	
Jumlah								Rp202,992,750.00
Total								Rp481,746,400.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.16 Pembelian Bahan Baku Tahun 2015

Pembelian Bahan Baku tahun 2015										
1	Blackforest untuk 1 unit ukuran 10cm x 20cm x 7cm									
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku		Kebutuhan/Produk
	Tepung Maizena	20	gr	5,830	116600	gr	Rp37.50	Rp4,372,500.00		Rp750.00
	Tepung Terigu	80	gr		466400	gr	Rp10.00	Rp4,664,000.00		Rp800.00
	Mentega	50	gr		291500	gr	Rp22.50	Rp6,558,750.00		Rp1,125.00
	Gula Pasir	100	gr		583000	gr	Rp14.00	Rp8,162,000.00		Rp1,400.00
	Coklat Bubuk	100	gr		583000	gr	Rp16.00	Rp9,328,000.00		Rp1,600.00
	Vanili	5	gr		29150	gr	Rp900.00	Rp26,235,000.00		Rp4,500.00
	Emulsifier	8	gr		46640	gr	Rp105.00	Rp4,897,200.00		Rp840.00
	Telur Ayam	6	butir		34980	butir	Rp1,500.00	Rp52,470,000.00		Rp9,000.00
	Buah <i>Cherry merah</i>	3	buah		17490	buah	Rp1,040.00	Rp18,189,600.00		Rp3,120.00
Krim Kocok	100	gr	583000		gr	Rp105.00	Rp61,215,000.00		Rp10,500.00	
Jumlah							Rp196,092,050.00	Total	Rp33,635.00	
2	Lapis Surabaya Ukuran 10cm x 20cm x 7cm									
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku		
	Tepung Terigu	100	gr	6,139	613900	gr	Rp10.00	Rp6,139,000.00		Rp1,000.00
	Tepung Maizena	22	gr		135058	gr	Rp37.50	Rp5,064,675.00		Rp825.00
	Coklat Bubuk	10	gr		61390	gr	Rp16.00	Rp982,240.00		Rp160.00
	Gula Pasir	200	gr		1227800	gr	Rp14.00	Rp17,189,200.00		Rp2,800.00
	Mentega	200	gr		1227800	gr	Rp22.50	Rp27,625,500.00		Rp4,500.00
	Telur Ayam	10	butir		61390	butir	Rp1,500.00	Rp92,085,000.00		Rp15,000.00
	Susu Bubuk	10	gr		61390	gr	Rp107.50	Rp6,599,425.00		Rp1,075.00
	Emulsifier	8	gr		49112	gr	Rp105.00	Rp5,156,760.00		Rp840.00
Jumlah								Rp160,841,800.00	Total	Rp26,200.00
3	Kue Talas Bogor									
	Bahan Baku	Kebutuhan	Satuan	Produksi (unit)	Total Pemakaian Bahan Baku	Satuan	Harga/satuan	Biaya Bahan Baku		
	Tepung Talas	100	gr	5,734	573400	gr	Rp30.00	Rp17,202,000.00		Rp3,000.00
	Tepung Terigu	100	gr		573400	gr	Rp10.00	Rp5,734,000.00		Rp1,000.00
	Susu Bubuk	50	gr		286700	gr	Rp107.50	Rp30,820,250.00		Rp5,375.00
	Gula Pasir	150	gr		860100	gr	Rp14.00	Rp12,041,400.00		Rp2,100.00
	Telur Ayam	4	butir		22936	butir	Rp1,500.00	Rp34,404,000.00		Rp6,000.00
	Mentega	175	gr		1003450	gr	Rp22.50	Rp22,577,625.00		Rp3,937.50
	Emulsifier	8	gr		45872	gr	Rp105.00	Rp4,816,560.00		Rp840.00
	<i>Butter Cream</i>	100	gr		573400	gr	Rp60.00	Rp34,404,000.00		Rp6,000.00
Keju Parut	100	gr	573400		gr	Rp135.00	Rp77,409,000.00		Rp13,500.00	
Jumlah								Rp239,408,835.00	Total	Rp41,752.50
Total							Rp596,342,685.00			

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.4.c. Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan yang digunakan *Enny Bakery & Cake* untuk memproduksi kue dan roti:

1. Oven

Oven ini digunakan untuk memanggang adonan yang telah dibuat.

2. Mixer

Mixer digunakan untuk mencampur bahan-bahan yang dibutuhkan untuk kemudian dijadikan sebagai adonan kue atau roti.

3. Loyang

Loyang digunakan sebagai wadah untuk meletakkan adonan yang akan dipanggang dan dikukus di oven.

Tabel 4.17 Nama Mesin, Jumlah Mesin, dan Peralatan *Enny Bakery & Cake*

No	Nama Mesin	Jumlah Unit	Harga satuan	Jumlah
1	Oven	3	Rp16,000,000.00	Rp 48,000,000.00
2	Mixer	3	Rp10,000,000.00	Rp 30,000,000.00
3	Loyang	200	Rp20,000.00	Rp 4,000,000.00
4	Pisau	6	Rp50,000.00	Rp 300,000.00
5	Asah	3	Rp30,000.00	Rp 90,000.00
6	Tabung Gas 12kg	3	Rp60,000.00	Rp 180,000.00
7	Timbangan	2	Rp60,000.00	Rp 120,000.00
Total				Rp 82,690,000.00

Sumber: *Enny Bakery & Cake*, data diolah (bagian produksi)

4.1.4.d. Proses Produksi

Gambar 4.5 Proses Produksi Enny Bakery & Cake



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

Berdasarkan gambar proses produksi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menyiapkan Bahan

Pekerja menyiapkan bahan-bahan kue yang akan dimasak, seperti mencampur telur, terigu, gula dan mentega.

Gambar 4.6 Menyiapkan Bahan Baku dan Peralatan



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

2. Mencampur Bahan

Pekerja mencampur bahan baku untuk kemudian dimasukkan kedalam mixer supaya bahan-bahan tersebut tercampur rata.

Gambar 4.7 Proses Pencampuran Bahan



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

3. Proses Pengolesan Loyang Menggunakan Mentega Cair

Sebelum adonan dimasukkan kedalam loyang, loyang yang akan digunakan diolesi dengan mentega cair. Hal ini berfungsi supaya adonan tidak lengket didasar loyang pada saat proses pemanggangan.

Gambar 4.8 Loyang Dioleskan



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

4. Memasukkan Adonan ke Dalam Loyang

Setelah pekerja sudah mencampur semua bahan-bahan di mixer dan menjadi adonan, dan loyang sudah diolesi mentega cair langkah selanjutnya yaitu ialah adonan di masukan kedalam loyang untuk kemudian dipanggang kedalam oven.

5. Memasukkan Adonan ke Dalam Oven

Kemudian pekerja memasukkan adonan yang sudah dimasukan ke loyang untuk kemudian dipanggang kedalam oven. Adonan dipanggang selama 45 menit dengan suhu 280°C.

Gambar 4.9 Adonan Yang Telah Dimasukkan Dalam Loyang Dipanggang Dalam Oven



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

6. Kue Dikeluarkan dari Loyang

Setelah kue sudah matang, kemudian pekerja mengeluarkan kue yang sudah matang dari loyang untuk kemudian didinginkan beberapa saat sebelum dimasukan kedalam kardus kemasan.

Gambar 4.10 Kue Siap Dimasukkan Dalam Kemasan



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian produksi)

7. Kue Dipindahkan ke Etalase Setelah Dibuat

Setelah didinginkan, kemudian kue diberi hiasan dan disimpan dalam lemari pendingin atau etalase khusus yang sekaligus sebagai rak penjualan dan memiliki pengaturan suhu tertentu agar kue tidak rusak akibat suhu yang tinggi.

Gambar 4.11 Salah Satu Kue Yang Ditampilkan Dalam Etalase Kue



Sumber: Enny Bakery & Cake (bagian penjualan)

4.1.4.e. Budget Produksi

Berikut ini merupakan biaya produksi dari *Enny Bakery & Cake* dari tahun 2011-2015:

Tabel 4.18 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2011

Keterangan	Tahun 2011		
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Persentase (%)
1. Biaya Bahan Baku	Rp450,000,000.00	Rp415,867,729.00	92.42%
2. Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000.00	Rp90,000,000.00	100.00%
Sub Total	Rp540,000,000.00	Rp505,867,729.00	93.68%
3. BOP :			
a. Listrik & Air Pabrik	Rp18,500,000.00	Rp18,300,000.00	98.92%
b. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp5,000,000.00	Rp5,000,000.00	100.00%
c. Biaya Penyusutan dan Peralatan	Rp4,500,000.00	Rp4,134,500.00	91.88%
Sub Total	Rp28,000,000.00	Rp27,434,500.00	97.98%
Total	Rp568,000,000.00	Rp533,302,229.00	93.89%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.19 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2012

Keterangan	Tahun 2012		
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Persentase (%)
1. Biaya Bahan Baku	Rp450,000,000.00	Rp411,631,218.00	91.47%
2. Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000.00	Rp90,000,000.00	100.00%
Sub Total	Rp540,000,000.00	Rp501,631,218.00	92.89%
3. BOP :			
a. Listrik & Air Pabrik	Rp20,000,000.00	Rp19,580,000.00	97.90%
b. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp6,500,000.00	Rp6,400,000.00	98.46%
c. Biaya Penyusutan dan Peralatan	Rp5,000,000.00	Rp4,134,500.00	82.69%
Sub Total	Rp31,500,000.00	Rp30,114,500.00	95.60%
Total	Rp571,500,000.00	Rp531,745,718.00	93.04%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.20 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2013

Keterangan	Tahun 2013		
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Persentase (%)
1. Biaya Bahan Baku	Rp500,000,000.00	Rp438,875,460.00	87.78%
2. Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000.00	Rp90,000,000.00	100.00%
Sub Total	Rp590,000,000.00	Rp528,875,460.00	89.64%
3. BOP :			
a. Listrik & Air Pabrik	Rp25,000,000.00	Rp20,800,000.00	83.20%
b. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp6,500,000.00	Rp3,000,000.00	46.15%
c. Biaya Penyusutan dan Peralatan	Rp5,000,000.00	Rp4,134,500.00	82.69%
Sub Total	Rp36,500,000.00	Rp27,934,500.00	76.53%
Total	Rp626,500,000.00	Rp556,809,960.00	88.88%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.21 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2014

Keterangan	Tahun 2014		
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Persentase (%)
1. Biaya Bahan Baku	Rp550,000,000.00	Rp481,746,400.00	87.59%
2. Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000.00	Rp90,000,000.00	100.00%
Sub Total	Rp640,000,000.00	Rp571,746,400.00	89.34%
3. BOP :			
a. Listrik & Air Pabrik	Rp25,000,000.00	Rp21,400,000.00	85.60%
b. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp5,000,000.00	Rp4,500,000.00	90.00%
c. Biaya Penyusutan dan Peralatan	Rp5,000,000.00	Rp4,134,500.00	82.69%
Sub Total	Rp35,000,000.00	Rp30,034,500.00	85.81%
Total	Rp675,000,000.00	Rp601,780,900.00	89.15%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

Tabel 4.22 Budget Produksi Enny Bakery & Cake Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015		
	Budget Produksi	Realisasi Produksi	Persentase (%)
1. Biaya Bahan Baku	Rp700,000,000.00	Rp596,342,685.00	85.19%
2. Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000.00	Rp90,000,000.00	100.00%
Sub Total	Rp790,000,000.00	Rp686,342,685.00	86.88%
3. BOP :			
a. Listrik & Air Pabrik	Rp25,000,000.00	Rp22,540,000.00	90.16%
b. Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp5,300,000.00	Rp5,300,000.00	100.00%
c. Biaya Penyusutan dan Peralatan	Rp5,000,000.00	Rp4,134,500.00	82.69%
Sub Total	Rp35,300,000.00	Rp31,974,500.00	90.58%
Total	Rp825,300,000.00	Rp718,317,185.00	87.04%

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.5. Bidang Personalia

Dalam bidang personalia dari manajemen yang berkaitan dengan manusia khususnya bagaimana menjalin kerjasama dalam mengembangkan dan menumbuhkan kebijaksanaan dalam mempengaruhi orang-orang dalam organisasi maupun membantu para pemimpin untuk mengelola sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Para karyawan yang bekerja di *Enny Bakery & Cake* memiliki waktu kerja selama 6 hari dengan 8 jam kerja per harinya. Jam kerja para karyawan dimulai pada pukul 08.00 hingga pukul 16.00.

Tenaga kerja yang saat ini dimiliki oleh *Enny Bakery & Cake* berjumlah 12 orang yang terdiri dari 5 orang karyawan produksi, 2 orang kasir, dan 5 orang bagian penjualan. Tidak ada larangan libur untuk karyawan, tetapi konsekuensinya adalah upah yang diterima perbulan akan kecil karena akan dikenakan pengurangan upah karena tidak masuk kerja.

4.1.5.a. Sistem Perekrutan Karyawan

Enny Bakery & Cake merekrut karyawannya tidak memiliki persyaratan khusus, seperti jenjang pendidikan yang terpenting calon karyawan tidak dibawah

umur dan memiliki keterampilan serta pengalaman kerja serta adanya kemauan untuk bekerja serius.

Para karyawan yang bekerja di *Enny Bakery & Cake* harus memiliki semangat kerja yang tinggi serta loyalitas terhadap perusahaan.

Tabel 4.23 Jumlah Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake

Keterangan	Laki-laki	Perempuan	Total
Karyawan	7 orang	5 orang	12 orang

Sumber: Enny Bakery & Cake

Tabel 4.24 Klasifikasi Usia Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake

Usia	Jumlah
21 – 30 tahun	5 orang
31 – 40 tahun	7 orang
41 – 50 tahun	Tidak Ada
51 – 60 tahun	Tidak Ada

Sumber: Enny Bakery & Cake

Tabel 4.25 Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Enny Bakery & Cake

Tingkat Pendidikan	Jumlah
S1	1 orang
SMA	9 orang
SMP	2 orang
SD	Tidak ada

Sumber: Enny Bakery & Cake

Tabel 4.26 Jam Kerja Enny Bakery & Cake

Keterangan	Mulai	Istirahat	Selesai
Senin-Minggu	07.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB	20.00 WIB

Sumber: Enny Bakery & Cake

4.1.5.b. Penilaian Kinerja atau Evaluasi

Tujuan evaluasi kinerja perusahaan yaitu untuk menjamin pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan dan tingkat pencapaian sasaran perusahaan, terutama untuk mengetahui bila terjadi keterlambatan atau penyimpangan, sehingga dapat diperbaiki. Hal ini dilakukan untuk memperkecil kesalahan yang dilakukan oleh karyawan *Enny Bakery & Cake*, khususnya di bidang produksi.

4.1.5.c. Kesejahteraan Karyawan

1. Sistem Upah

Sistem upah yang dibayarkan kepada karyawan dilihat berdasarkan keterampilan dan jumlah hari kerja karyawan. Karyawan *Enny Bakery & Cake* mendapatkan upah sebesar Rp1.500.000,- perbulan.

2. Insentif

Di dalam perusahaan *Enny Bakery & Cake* insentif yang diberikan perusahaan kepada karyawannya untuk meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja. Insentif diberikan jika penjualan meningkat karena pekerja harus bekerja lebih dari jam kerja produksi dan produk yang dihasilkan harus lebih banyak. insentif diberikan jika diberlakukan jam lembur sebesar (Rp50.000,00/hari).

4.1.5.d. Pemberhentian Kerja

Enny Bakery & Cake dalam pemberhentian kerja biasanya terjadi karena terjadi karena permintaan dari karyawannya sendiri atau diberhentikan perusahaan karena buruknya kinerja karyawan tersebut.

4.1.6. Bidang Keuangan

4.1.6.a. Kebutuhan Investasi Awal Enny Bakery & Cake

Tabel 4.27 Kebutuhan Investasi Awal Enny Bakery & Cake

1. Mesin dan Peralatan	Jumlah Unit	Harga satuan	Jumlah	Modal Awal
Oven	3	Rp16,000,000.00	Rp 48,000,000.00	
Mixer	3	Rp10,000,000.00	Rp 30,000,000.00	
Loyang	200	Rp20,000.00	Rp 4,000,000.00	
Pisau	6	Rp50,000.00	Rp 300,000.00	
Asah	3	Rp30,000.00	Rp 90,000.00	
Tabung Gas 12kg	3	Rp60,000.00	Rp 180,000.00	
Timbangan	2	Rp60,000.00	Rp 120,000.00	
Total Nilai				Rp 82,690,000.00
2. Inventaris kantor	Jumlah Unit	Harga Satuan	Jumlah	Modal Awal
Meja	2	Rp1,200,000.00	Rp 2,400,000.00	
Kipas Angin	3	Rp230,000.00	Rp 690,000.00	
Dspenser	2	Rp2,000,000.00	Rp 4,000,000.00	
Telepon	1	Rp1,500,000.00	Rp 1,500,000.00	
Lemari Pendingin	3	Rp15,000,000.00	Rp 45,000,000.00	
Étalase	2	Rp2,000,000.00	Rp 4,000,000.00	
Total Nilai				Rp 57,590,000.00
3. Alat Tulis Kantor	10	Rp100,000.00	Rp 1,000,000.00	Rp 1,000,000.00
4. Kendaraan (motor)	1	Rp15,000,000.00	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00
5. Sewa Toko/tahun	1	Rp15,000,000.00	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00
6. Biaya Perizinan	1	Rp12,500,000.00	Rp 12,500,000.00	Rp 12,500,000.00
Jumlah Modal Awal				Rp 183,780,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.b. Biaya Depresiasi dan Amortisasi

Tabel 4.28 Biaya Depresiasi Dan Amortisasi Enny Bakery & Cake

Depresiasi dan Amortisasi						
Mesin dan Peralatan	Rp	82,690,000.00				
Kendaraan	Rp	15,000,000.00				
Inventaris Kantor	Rp	57,590,000.00				
Perizinan	Rp	12,500,000.00				
Depresiasi		2011	2012	2013	2014	2015
Mesin dan Peralatan						
Nilai Buku	Rp	78,555,500.00	Rp 74,421,000.00	Rp 70,286,500.00	Rp 66,152,000.00	Rp 62,017,500.00
Usefull life	20					
Depr. Rate	5%					
Depresiasi	Rp	4,134,500.00	Rp 4,134,500.00	Rp 4,134,500.00	Rp 4,134,500.00	Rp 4,134,500.00
Kendaraan						
Nilai Buku	Rp	13,500,000.00	Rp 12,000,000.00	Rp 10,500,000.00	Rp 9,000,000.00	Rp 7,500,000.00
Usefull life	10					
Depr. Rate	10%					
Depresiasi	Rp	1,500,000.00	Rp 1,500,000.00	Rp 1,500,000.00	Rp 1,500,000.00	Rp 1,500,000.00
Inventaris Kantor						
Nilai Buku	Rp	51,831,000.00	Rp 46,072,000.00	Rp 40,313,000.00	Rp 34,554,000.00	Rp 28,795,000.00
Usefull life	10					
Depr. Rate	10%					
Depresiasi	Rp	5,759,000.00	Rp 5,759,000.00	Rp 5,759,000.00	Rp 5,759,000.00	Rp 5,759,000.00
Summary Depresiasi						
Total Nilai Buku Aset tetap	Rp	143,886,500.00	Rp 132,493,000.00	Rp 121,099,500.00	Rp 109,706,000.00	Rp 98,312,500.00
Total Depresiasi	Rp	11,393,500.00	Rp 11,393,500.00	Rp 11,393,500.00	Rp 11,393,500.00	Rp 11,393,500.00
Amortisasi						
Perizinan						
Nilai Buku	Rp	10,000,000.00	Rp 7,500,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp -
Usefull life	5					
Depr. Rate	20%					
Amortisasi	Rp	2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00
Summary Amortisasi						
Total Nilai Buku Aset tetap	Rp	10,000,000.00	Rp 7,500,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp -
Total Amortisasi	Rp	2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00
Total Depresiasi dan Amortisasi	Rp	13,893,500.00	Rp 13,893,500.00	Rp 13,893,500.00	Rp 13,893,500.00	Rp 13,893,500.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.c. Data Penjualan Enny Bakery & Cake

Tabel 4.29 Data Penjualan Enny Bakery & Cake Tahun 2011-2015

Tahun 2011			
Produk	Unit Terjual	Harga/Unit	Penjualan
Blackforest	5,849	Rp 80,000.00	Rp 467,920,000.00
Lapis Surabaya	5,321	Rp 35,000.00	Rp 186,235,000.00
Kue Talas Bogor	5,483	Rp 35,000.00	Rp 191,905,000.00
Total	16,653	Rp 150,000.00	Rp 846,060,000.00
Tahun 2012			
Produk	Unit Terjual	Harga/Unit	Penjualan
Blackforest	5,489	Rp 85,000.00	Rp 466,565,000.00
Lapis Surabaya	5,289	Rp 38,000.00	Rp 200,982,000.00
Kue Talas Bogor	5,230	Rp 38,000.00	Rp 198,740,000.00
Total	16,008	Rp 161,000.00	Rp 866,287,000.00
Tahun 2013			
Produk	Unit Terjual	Harga/Unit	Penjualan
Blackforest	5,720	Rp 90,000.00	Rp 514,800,000.00
Lapis Surabaya	5,490	Rp 40,000.00	Rp 219,600,000.00
Kue Talas Bogor	4,938	Rp 40,000.00	Rp 197,520,000.00
Total	16,148	Rp 170,000.00	Rp 931,920,000.00
Tahun 2014			
Produk	Unit Terjual	Harga/Unit	Penjualan
Blackforest	5,563	Rp 95,000.00	Rp 528,485,000.00
Lapis Surabaya	4,895	Rp 45,000.00	Rp 220,275,000.00
Kue Talas Bogor	5,490	Rp 45,000.00	Rp 247,050,000.00
Total	15,948	Rp 185,000.00	Rp 995,810,000.00
Tahun 2015			
Produk	Unit Terjual	Harga/Unit	Penjualan
Blackforest	5,830	Rp 100,000.00	Rp 583,000,000.00
Lapis Surabaya	6,139	Rp 50,000.00	Rp 306,950,000.00
Kue Talas Bogor	5,734	Rp 50,000.00	Rp 286,700,000.00
Total	17,703	Rp 200,000.00	Rp 1,176,650,000.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.d. Harga Pokok Penjualan

Tabel 4.30 Laporan Harga Pokok Penjualan Enny Bakery & Cake

No.	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
	- Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	Rp10,320,000	Rp5,480,000	Rp11,230,400	Rp15,694,000	Rp9,430,600
	- Pembelian Bahan Baku	Rp415,867,729	Rp411,631,218	Rp438,875,460	Rp481,746,400	Rp596,342,685
	- Persediaan Bahan Baku Siap Produksi	Rp426,187,729	Rp417,111,218	Rp450,105,860	Rp497,440,400	Rp605,773,285
	- Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun	Rp5,480,000	Rp11,230,400	Rp15,694,000	Rp9,430,600	Rp18,430,000
1.	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp420,707,729	Rp405,880,818	Rp434,411,860	Rp488,009,800	Rp587,343,285
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000	Rp90,000,000
3.	Biaya Over Head Pabrik	Rp37,921,000	Rp41,368,500	Rp44,372,900	Rp46,642,900	Rp53,897,500
4.	Harga Pokok Produksi (1+2+3)	Rp548,628,729	Rp537,249,318	Rp568,784,760	Rp624,652,700	Rp731,240,785
5.	Persediaan Barang Jadi dan Setengah Jadi awal Tahun	Rp12,630,000	Rp13,249,000	Rp12,394,000	Rp7,439,200	Rp14,992,300
6.	Harga Pokok Barang yang Tersedia Untuk Dijual	Rp561,258,729	Rp550,498,318	Rp581,178,760	Rp632,091,900	Rp746,233,085
7.	Persediaan Barang Jadi dan Setengah Jadi akhir Tahun	Rp13,249,000	Rp12,394,000	Rp7,439,200	Rp14,992,300	Rp9,840,200
8.	Total Harga Pokok Penjualan	Rp548,009,729	Rp538,104,318	Rp573,739,560	Rp617,099,600	Rp736,392,885

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.e. Laporan Laba Rugi

Tabel 4.31 Laporan Laba/Rugi Enny Bakery & Cake

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. HASIL PENJUALAN/PENDAPATAN	Rp846,060,000.00	Rp866,287,000.00	Rp931,920,000.00	Rp995,810,000.00	Rp1,152,904,000.00
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp548,009,729.00	Rp538,104,318.00	Rp573,739,560.00	Rp617,099,600.00	Rp736,392,885.00
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp298,050,271.00	Rp328,182,682.00	Rp358,180,440.00	Rp378,710,400.00	Rp416,511,115.00
D. BIAYA USAHA:					
Gaji karyawan	Rp216,000,000.00	Rp216,000,000.00	Rp216,000,000.00	Rp216,000,000.00	Rp216,000,000.00
Suplai kantor (ATK)	Rp1,290,400.00	Rp1,584,000.00	Rp2,310,000.00	Rp2,143,500.00	Rp2,540,000.00
Biaya pemasaran	Rp6,700,000.00	Rp6,750,000.00	Rp7,300,000.00	Rp7,850,000.00	Rp7,950,000.00
Biaya telepon	Rp2,000,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,700,000.00	Rp2,800,000.00	Rp3,000,000.00
Biaya pemeliharaan mesin	Rp5,000,000.00	Rp6,400,000.00	Rp3,000,000.00	Rp4,500,000.00	Rp5,300,000.00
Biaya usaha sebelum penyusutan	Rp230,990,400.00	Rp233,134,000.00	Rp231,310,000.00	Rp233,293,500.00	Rp234,790,000.00
Penyusutan & amortisasi	Rp13,893,500.00	Rp13,893,500.00	Rp13,893,500.00	Rp13,893,500.00	Rp13,893,500.00
Total Biaya Usaha	Rp244,883,900.00	Rp247,027,500.00	Rp245,203,500.00	Rp247,187,000.00	Rp248,683,500.00
E. LABA USAHA (C-D)	Rp53,166,371.00	Rp81,155,182.00	Rp112,976,940.00	Rp131,523,400.00	Rp167,827,615.00
F. BIAYA BUNGA PINJAMAN	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
G. LABA SEBELUM PAJAK (E-F)	Rp53,166,371.00	Rp81,155,182.00	Rp112,976,940.00	Rp131,523,400.00	Rp167,827,615.00
H. PAJAK (10%)	Rp5,316,637.10	Rp8,115,518.20	Rp11,297,694.00	Rp13,152,340.00	Rp16,782,761.50
I. LABA BERSIH (G-H)	Rp47,849,733.90	Rp73,039,663.80	Rp101,679,246.00	Rp118,371,060.00	Rp151,044,853.50

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.f. Laporan Perubahan Modal

Tabel 4.32 Laporan Perubahan Modal Enny Bakery & Cake

KETERANGAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
Modal awal	183,780,000	181,629,734	154,669,398	156,348,644	124,719,704
Penambahan:					
Laba setelah pajak	47,849,734	73,039,664	101,679,246	118,371,060	151,044,854
Modal setelah penambahan	231,629,734	254,669,398	256,348,644	274,719,704	275,764,557
Pengurangan:					
Prive	50,000,000	100,000,000	100,000,000	150,000,000	200,000,000
Modal akhir	181,629,734	154,669,398	156,348,644	124,719,704	75,764,557

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.1.6.g. Laporan Neraca

Tabel 4.33 Laporan Neraca Enny Bakery & Cake

Laporan Neraca					
Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
Aset					
Aset Lancar					
Kas	Rp56,863,967.80	Rp111,941,395.40	Rp229,684,587.40	Rp329,030,507.40	Rp441,166,414.40
Persediaan Bahan Baku	Rp5,480,000.00	Rp11,230,400.00	Rp15,694,000.00	Rp9,430,600.00	Rp18,430,000.00
Persediaan Barang Jadi dan Barang Setengah Jadi	Rp13,249,000.00	Rp12,394,000.00	Rp7,439,200.00	Rp14,992,300.00	Rp9,840,200.00
Jumlah Aset Lancar	Rp75,592,967.80	Rp135,565,795.40	Rp252,817,787.40	Rp353,453,407.40	Rp469,436,614.40
Aset Tetap					
Aset tetap	Rp143,886,500.00	Rp132,493,000.00	Rp121,099,500.00	Rp109,706,000.00	Rp98,312,500.00
Perizinan	Rp10,000,000.00	Rp7,500,000.00	Rp5,000,000.00	Rp2,500,000.00	Rp0.00
Jumlah Aset Tetap	Rp153,886,500.00	Rp139,993,000.00	Rp126,099,500.00	Rp112,206,000.00	Rp98,312,500.00
Jumlah Aset	Rp229,479,467.80	Rp275,558,795.40	Rp378,917,287.40	Rp465,659,407.40	Rp567,749,114.40
Liabilitas dan Ekuitas					
Liabilitas					
Liabilitas Jangka Pendek					
Utang Bank - bagian jangka pendek	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Liabilitas Jangka Panjang					
Utang Bank - bagian jangka panjang setelah dikurangi bagian yang akan jatuh tempo dalam waktu satu tahun	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Jumlah Liabilitas	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Ekuitas					
Modal disetor	Rp181,629,733.90	Rp154,669,397.70	Rp156,348,643.70	Rp124,719,703.70	Rp75,764,557.20
Saldo laba	Rp47,849,733.90	Rp120,889,397.70	Rp222,568,643.70	Rp340,939,703.70	Rp491,984,557.20
Jumlah Ekuitas	Rp229,479,467.80	Rp275,558,795.40	Rp378,917,287.40	Rp465,659,407.40	Rp567,749,114.40
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	Rp229,479,467.80	Rp275,558,795.40	Rp378,917,287.40	Rp465,659,407.40	Rp567,749,114.40
Check	TRUE	TRUE	TRUE	TRUE	TRUE

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Penggolongan Biaya

Dalam pembahasan sebelumnya, diperlihatkan laporan rugi/laba yang memaparkan biaya-biaya yang dikeluarkan Enny Bakery & Cake. Berikut merupakan tabel penggolongan biaya berdasarkan sifatnya, sehingga dengan penggolongan ini dapat diketahui biaya yang termasuk biaya variabel dan biaya tetap.

4.2.1.a. Biaya Tetap

Tabel 4.34 Biaya Tetap Enny Bakery & Cake Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015
A. Biaya Pemasaran	
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp1,500,000.00
Biaya Promosi	Rp7,950,000.00
B. Biaya Produksi	
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp4,134,500.00
Biaya Kemasan	Rp17,703,000.00
C. Biaya Administrasi & Umum	
Biaya Gaji Kasir	Rp36,000,000.00
Biaya Sewa Pabrik dan Toko	Rp20,000,000.00
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	Rp5,759,000.00
Biaya Air & Listrik Pabrik dan Toko	Rp17,300,000.00
Biaya Telepon	Rp3,000,000.00
Biaya Amortisasi Perizinan	Rp2,500,000.00
Total Biaya Tetap	Rp115,846,500.00

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

4.2.1.c. Biaya Variabel

Tabel 4.35 Biaya Variabel Enny Bakery & Cake Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015		
	Blackforest	Lapis Surabaya	Kue Talas Bogor
A. Biaya Pemasaran			
Upah Tenaga Kerja Pemasar	Rp40,000,000.00	Rp40,000,000.00	Rp10,000,000.00
B. Biaya Produksi			
Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp40,000,000.00	Rp40,000,000.00	Rp10,000,000.00
Biaya Bahan Baku	Rp196,092,050.00	Rp160,841,800.00	Rp239,408,835.00
Biaya Air dan Listrik	Rp7,513,333.33	Rp7,513,333.33	Rp7,513,333.33
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67
Biaya Isi Ulang Gas Elpiji 12kg	Rp1,406,666.67	Rp1,406,666.67	Rp1,406,666.67
Total Biaya Variabel	Rp286,778,716.67	Rp251,528,466.67	Rp270,095,501.67
Biaya Variabel Perunit	Rp49,190.17	Rp40,972.22	Rp47,104.20

Sumber: Enny Bakery & Cake

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa Data

5.1.1. Menghitung Break Even Point Multiproduk

Rumus BEP Multi Produk :

$$BEP_{Rp} = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VC_i}{P_i} \right) \times W_i \right]}$$

Keterangan :

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga per unit

FC = Biaya tetap

W = Presentase setiap produk dari total penjualan

i = Masing – masing Produk

Tabel 5.1 Data BEP Tahun 2015

Produk	P _i	VC _i	VC _i /P _i	1- (VC _i /P _i)	Penjualan	W _i	1- (VC _i /P _i)W _i
Blackforest	Rp100,000.00	Rp49,190.17	0.491901744	0.508098256	Rp583,000,000.00	0.4954744	0.251749699
Lapis Surabaya	Rp50,000.00	Rp40,972.22	0.819444426	0.180555574	Rp306,950,000.00	0.2608677	0.04710112
Kue Talas Bogor	Rp50,000.00	Rp47,104.20	0.942084066	0.057915934	Rp286,700,000.00	0.2436578	0.014111672
JUMLAH					Rp1,176,650,000.00	1	0.312962491

5.1.1.a. Menghitung BEP Rupiah

$$BEP_{Rp} = \frac{FC}{\sum \left[\left(1 - \frac{VC_i}{P_i} \right) \times W_i \right]}$$

Diketahui :

$$FC = \text{Rp}115,846,500.00$$

$$\sum \left[\left(1 - \frac{V_i}{P_i} \right) \times W_i \right] = 0.312962491$$

Jawab :

$$BEP \text{ Rp} = \frac{\text{Rp}115,846,500.00}{0.312962491}$$

$$BEP \text{ Rp} = \underline{\text{Rp}370,160,972.46} \text{ (Total)}$$

5.1.1.b. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk *Blackforest*, Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP

$$\text{Kontribusi Penjualan (Produk } i) = BEP \text{ rp} \times W_i$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan (Produk *i*) = Kontribusi Pejualandalam satuan Rupiah pada Produk *i*

BEP Rp = Titik impas dalam satuan Rupiah Total

W_i = Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi penjualan Produk *Blackforest* Terhadap BEP

Diketahui :

$$BEP \text{ Rp} = \underline{\text{Rp}370,160,972.46}$$

$$W \text{ *Blackforest*} = 0.49547444$$

Jawab :

Kontribusi penjualan Produk *Blackforest*

$$\text{Rp}370,160,972.46 \times 0.49547444 = \underline{\text{Rp}183,405,300.59}$$

2. Kontribusi penjualan Produk Lapis Surabaya Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \underline{\text{Rp}370,160,972.46}$$

$$\text{W Lapis Surabaya} = 0.260867718$$

Jawab :

Kontribusi penjualan Produk Lapis Surabaya

$$= \text{Rp}370,160,972.46 \times 0.260867718$$

$$= \underline{\text{Rp}96,563,048.06}$$

3. Kontribusi penjualan Produk Kue Talas Bogor Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \underline{\text{Rp}370,160,972.46}$$

$$\text{W Kue Talas Bogor} = 0.243657842$$

Jawab:

Kontribusi penjualan Produk Kue Talas Bogor

$$\text{Rp}370,160,972.46 \times 0.243657842 = \underline{\text{Rp}90,192,623.81}$$

5.1.1.c. Menghitung Kapasitas Penjualan Produk *Blackforest*, Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP

$$\text{Kapasitas Penjualan Produk } i = \frac{\text{Kontribusi Penjualan Produk } i}{P_i}$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan Produk i = Titik impas dalam satuan Rupiah pada Produk i

Kapasitas Penjualan Produk i = Titik impas dalam satuan Unit pada Produk i

P_i = Harga per unit Produk i

1. Kapasitas Penjualan Produk *Blackforest* Terhadap BEP

Diketahui :

Kontribusi Penjualan Produk *Blackforest* = Rp183,405,300.59

$P_{Blackforest}$ = Rp 100,000.00

Jawab :

Kapasitas Penjualan Produk *Blackforest*

$$\frac{\text{Rp}183,405,300.59}{\text{Rp } 100,000.00} = 1,834.05301$$

2. Kapasitas Penjualan Produk Lapis Surabaya Terhadap BEP

Diketahui :

Kontribusi Penjualan Produk Lapis Surabaya = Rp96,563,048.06

$P_{Lapis Surabaya}$ = Rp 50,000

Jawab :

Kapasitas Penjualan Produk Lapis Surabaya

$$\frac{\text{Rp}96,563,048.06}{\text{Rp } 50,000} = 1,931.26096$$

3. Kapasitas Penjualan Produk Kue Talas Bogor Terhadap BEP

Diketahui :

Kontribusi Penjualan Produk Kue Talas Bogor = Rp90,192,623.81

P Kue Talas Bogor = Rp 50,000

Jawab :

Kapasitas Penjualan Produk Kue Talas Bogor

$$\frac{\text{Rp}90,192,623.81}{\text{Rp } 50,000} = 1,803.85248$$

5.1.1.d. Pembuktian BEP Tahun 2015

Tabel 5.2 Pembuktian Break Even Point Enny Bakery & Cake Tahun 2015

Pembuktian BEP			
A. PENJUALAN	Kapasitas Penjualan	Harga/Unit	Total
Produk Blackforest	1,834.05301	Rp100,000.00	Rp183,405,301
Produk Lapis Surabaya	1,931.26096	Rp50,000.00	Rp96,563,048
Produk Kue Talas Bogor	1,803.85248	Rp50,000.00	Rp90,192,624
Total Penjualan			Rp370,160,972
B. BIAYA	Kapasitas Penjualan	Jumlah Biaya	Total
Biaya Tetap		Rp115,846,500.00	Rp115,846,500
Biaya Variabel :			
Produk Blackforest	1,834.05301	Rp49,190.17	Rp90,217,387

Produk Lapis Surabaya	1,931.26096	Rp40,972.22	Rp79,128,052
Produk Kue Talas Bogor	1,803.85248	Rp47,104.20	Rp84,969,034
Total Biaya			Rp370,160,972
C. RUGI/LABA			Rp0

Sumber: Enny Bakery & Cake, data diolah

5.1.2. Perencanaan Laba Enny Bakery & Cake Tahun 2016

Tabel 5.3 Data Biaya dan Penjualan Tahun 2015

Uraian	Produk Blackforest	Produk Lapis Surabaya	Produk Kue Talas Bogor	Total
Penjualan Produk Tahun 2015 (unit)	5,830	6,139	5,734	
Harga Jual Produk Per Unit (Pi)	Rp100,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	
Penjualan Produk Tahun 2015 (Rupiah)	Rp583,000,000.00	Rp306,950,000.00	Rp286,700,000.00	Rp1,176,650,000.00
Biaya Tetap Tahun 2015				Rp115,846,500.00
Biaya Variabel Tahun 2015	Rp286,778,716.67	Rp251,528,466.67	Rp270,095,501.67	Rp808,402,685.00

Biaya Variabel Per Unit :	V _{Ci}	V _{Ci} (dibulatkan)
Produk Blackforest	Rp49,190.2	Rp49,190
Produk Lapis Surabaya	Rp40,972.2	Rp40,972
Produk Kue Talas Bogor	Rp47,104.2	Rp47,104

Setelah data biaya dan penjualan diketahui, maka kondisi laba perusahaan tahun 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Kondisi Laba Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015
Total Penjualan	Rp1,176,650,000.00
Total Biaya Variabel	Rp808,402,685.00
Marjin Kontribusi	Rp368,247,315.00
Total Biaya Tetap	Rp115,846,500.00
Lab Operasi	Rp252,400,815.00

Untuk target laba tahun 2016, penulis menganjurkan target kenaikan laba operasi sebesar 30% dari tahun 2015. Target tersebut ditentukan berdasarkan data kenaikan laba operasi setiap tahun sejak tahun 2011 hingga tahun 2015 yang meningkat 29% pada tahun sebelumnya, maka penulis menganjurkan target laba operasi untuk tahun 2016 meningkat sebesar 30% dari laba operasi pada tahun 2015. Untuk merealisasikan rencana perusahaan tersebut, maka perusahaan membuat beberapa asumsi, sebagai berikut:

1. Untuk biaya tetap diasumsikan tidak mengalami perubahan dari tahun 2015 yaitu sebesar Rp115,846,500.00.
2. Harga jual meningkat untuk masing-masing produk sebesar 5%, untuk produk *Blackforest* yaitu Rp100,000/kotak menjadi Rp105,000.00/kotak, kenaikan harga untuk produk Lapis Surabaya dan Kue Talas Bogor masing-masing dari Rp 50,000/kotak menjadi sebesar Rp52,500.00/kotak.
3. Sedangkan, untuk biaya variabel diperkirakan adanya kenaikan sebesar 5% untuk masing-masing produk *Blackforest*, Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor. Kenaikan tersebut diperkirakan berdasarkan data penghitungan tingkat inflasi yang terjadi di Indonesia oleh Bank Sentral Republik Indonesia yang pada bulan Januari tahun 2016 tingkat inflasi adalah sebesar 4.14%. Oleh sebab itu, perhitungan biaya variabel tahun 2016 adalah:

- Total Biaya variabel produk *Blackforest* tahun 2015 = **Rp286,778,716.67**

- Biaya variabel produk *Blackforest* tahun 2016
 $(5\% \times \text{Rp}286,778,716.67) + \text{Rp}286,778,716.67$
 = **Rp301,117,652.50** atau **Rp51,649.68/unit**

- Biaya variabel produk Lapis Surabaya tahun 2015 = **Rp251,528,466.67**

- Biaya variabel produk Lapis Surabaya tahun 2016
 $(5\% \times \text{Rp}251,528,466.67) + \text{Rp}251,528,466.67$
 = **Rp264,104,890.00** atau **Rp43,020.83/unit**

- Biaya variabel produk Kue Talas Bogor 2015 = **Rp270,095,501.67**

- Biaya variabel produk Kue Talas Bogor tahun 2016
 $(5\% \times \text{Rp}270,095,501.67) + \text{Rp}270,095,501.67$
 = **Rp283,600,276.75** atau **Rp49,459.41/unit**

4. Target laba operasi

Laba yang ditargetkan Enny Bakery & Cake adalah peningkatan laba sebesar 30% dari laba tahun 2015.

$$(30\% \times \text{Rp}252,400,815.00) + \text{Rp}252,400,815.00 = \text{Rp}328,121,059.50$$

Tabel 5.5 Data Proyeksi Laba Tahun 2016

Produk	Harga Jual Per unit (Pi)	Biaya Variabel (VCi)	Biaya Variabel Per Unit	Biaya Tetap (FC)	Target Laba 2016
Blackforest	Rp105,000.00	Rp301,117,652.50	Rp51,649.68	Rp115,846,500.00	Rp328,121,059.50
Lapis Surabaya	Rp52,500.00	Rp264,104,890.00	Rp43,020.83		
Kue Talas Bogor	Rp52,500.00	Rp283,600,276.75	Rp49,459.41		
	Σ VCi =	Rp848,822,819.25			

5.1.2.a. Menentukan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Rumus Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk:

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \frac{\text{FC} + \text{Keuntungan}}{1 - (\Sigma \text{VCi}/S)}$$

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Rp115,846,500.00} + \text{Rp328,121,059.50}}{1 - (\text{Rp848,822,819.25} / \text{Rp1,176,650,000.00})} \\ &= \frac{\text{Rp443,967,559.50}}{0.278610616} = \end{aligned}$$

$$\text{Penjualan minimal (dalam Rupiah)} = \text{Rp1,593,505,540.60}$$

5.1.2.b. Menentukan Kontribusi Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Rumus:

Kontribusi penjualan minimal produk i = Penjualan minimal (Rupiah) x Wi

1. Kontribusi penjualan minimal *Blackforest*

$$\text{Rp1,593,505,540.60} \times 0.49547444 = \text{Rp789,541,265.60}$$

2. Kontribusi penjualan minimal Lapis Surabaya

$$\text{Rp1,593,505,540.60} \times 0.260867718 = \text{Rp415,694,153.48}$$

3. Kontribusi penjualan minimal Kue Talas Bogor

$$\text{Rp1,593,505,540.60} \times 0.243657842 = \text{Rp388,270,121.52}$$

5.1.2.c. Menentukan Kapasitas Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Rumus:

$$\text{Kapasitas Penjualan Minimal (Unit)} = \frac{\text{Kontribusi Penjualan Minimal Produk } i}{P_i}$$

1. Kapasitas penjualan minimal *Blacforest*

$$\text{Kapasitas penjualan minimal} = \frac{\text{Rp}789,541,265.60}{\text{Rp}105,000.00} = 7,519.440625 \text{ atau } 7,519 \text{ unit}$$

2. Kapasitas penjualan minimal Lapis Surabaya

$$\text{Kapasitas penjualan minimal} = \frac{\text{Rp}415,694,153.48}{\text{Rp}52,500.00} = 7,917.983876$$

atau 7,918 unit

3. Kapasitas penjualan minimal Kue Talas Bogor

$$\text{Kapasitas penjualan minimal} = \frac{\text{Rp}388,270,121.52}{\text{Rp}52,500.00} = 7,395.621362$$

atau 7,396 unit

Maka total Kapasitas Penjualan minimal dalam bentuk unit adalah sebanyak 22,833.045863 atau 22,833 unit.

5.1.2.d. Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Tabel 5.6 Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal Multi Produk Tahun 2016

Pembuktian Penentuan Penjualan Minimal			
A. PENJUALAN	Kapasitas Penjualan	Harga/Unit	Total
Produk Blackforest	7,519.44062	Rp105,000.00	Rp789,541,265.60
Produk Lapis Surabaya	7,917.98388	Rp52,500.00	Rp415,694,153.48
Produk Kue Talas Bogor	7,395.62136	Rp52,500.00	Rp388,270,121.52
Total Penjualan			Rp1,593,505,540.60
B. BIAYA	Kapasitas Penjualan	Jumlah Biaya	Total
Biaya Tetap			Rp115,846,500.00
Biaya Variabel :			
Produk Blackforest	7,519.44062	Rp51,649.68	Rp388,376,725.39
Produk Lapis Surabaya	7,917.98388	Rp43,020.83	Rp340,638,257.13
Produk Kue Talas Bogor	7,395.62136	Rp49,459.41	Rp365,783,094.72
Total Biaya			Rp1,210,644,577.24
C. RUGI/LABA			Rp382,860,963.36

*Catatan: Data yang ditampilkan dalam pembuktian penentuan penjualan minimal merupakan hasil pembulatan.

5.1.3. BEP Multi Produk Tahun 2016

Rumus BEP Multi Produk :

$$BEP\ rp = \frac{FC}{\sum[(1 - \frac{VC_i}{P_i}) \times W_i]}$$

Keterangan :

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga per unit

FC = Biaya tetap

W = Presentase setiap produk dari total penjualan

i = Masing – masing produk

Tabel 5.7 Data Penghitungan BEP Tahun 2016

Produk	Pi	VCi	VCi/Pi	1- (VCi/Pi)	Penjualan	Wi	1- (VCi/Pi)Wi
<i>Blackforest</i>	Rp105,000.00	Rp51,649.68	0.4919	0.5080983	Rp789,541,265.60	0.4954744	0.251749699
Lapis Surabaya	Rp52,500.00	Rp43,020.83	0.81944	0.1805556	Rp415,694,153.48	0.2608677	0.04710112
Kue Talas Bogor	Rp52,500.00	Rp49,459.41	0.94208	0.0579159	Rp388,270,121.52	0.2436578	0.014111672
JUMLAH					Rp1,593,505,540.60	1	0.312962491

5.1.3.a. Menghitung BEP Rupiah Tahun 2016

$$BEP Rp = \frac{FC}{\sum[(1 - \frac{VCi}{Pi}) \times Wi]}$$

Diketahui :

$$FC = Rp115,846,500.00$$

$$\sum [(1 - \frac{Vi}{Pi}) \times Wi] = 0.312962491$$

Jawab :

$$BEP Rp = \frac{Rp115,846,500.00}{0.312962491}$$

$$BEP Rp = Rp370,160,972.46 \text{ (Total)}$$

5.1.3.b. Menghitung Kontribusi Penjualan Produk *Blackforest*, Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP Tahun 2016

$$\text{Kontribusi Penjualan (Produk i)} = BEP rp \times Wi$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan (Produk i) = Kontribusi Penjualan dalam satuan Rupiah pada Produk i

BEP Rp = Titik impas dalam satuan Rupiah Total

Wi = Presentase setiap produk dari total penjualan

1. Kontribusi Penjualan Produk *Blackforest* Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp}370,160,972.46$$

$$W \text{ Blackforest} = 0.49547444$$

Jawab :

Kontribusi penjualan produk *Blackforest*

$$\text{Rp}370,160,972.46 \times 0.49547444 = \underline{\text{Rp}183,405,300.59}$$

2. Kontribusi Penjualan Produk Lapis Surabaya Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp}370,160,972.46$$

$$W \text{ Lapis Surabaya} = 0.260867718$$

Jawab :

Kontribusi penjualan produk Lapis Surabaya

$$\text{Rp}370,160,972.46 \times 0.260867718 = \underline{\text{Rp}96,563,048.06}$$

3. Kontribusi Penjualan Produk Kue Talas Bogor Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp}370,160,972.46$$

$$\text{W Kue Talas Bogor} = 0.243657842$$

Jawab :

Kontribusi penjualan produk Kue Talas Bogor

$$\text{Rp}370,160,972.46 \times 0.243657842 = \underline{\text{Rp}90,192,623.81}$$

5.1.3.c. Menghitung Kapasitas Penjualan Produk *Blackforest*, Lapis Surabaya, dan Kue Talas Bogor Terhadap BEP Tahun 2016

Rumus:

$$\text{Kapasitas Penjualan Produk } i = \frac{\text{Kontribusi Penjualan Produk } i}{P_i}$$

Keterangan :

Kontribusi Penjualan Produk i = Titik impas dalam satuan Rupiah pada Produk i

Kapasitas Penjualan Produk i = Titik impas dalam satuan Unit pada Produk i

P_i = Harga per unit Produk i

1. Kapasitas Penjualan Produk *Blackforest* Terhadap BEP

Diketahui :

$$\text{Kontribusi Penjualan Produk } \textit{Blackforest} = \text{Rp}183,405,300.59$$

$$P \textit{ Blackforest} = \text{Rp}105,000.00$$

Jawab :

Kapasitas Penjualan Produk Blackforest

$$= \frac{\text{Rp}183,405,300.59}{\text{Rp}105,000.00}$$

$$= 1,746.71715 \text{ atau } 1,747 \text{ unit}$$

2. Kapasitas Penjualan Produk Lapis Surabaya Terhadap BEP

Diketahui :

Kontribusi Penjualan Produk Lapis Surabaya = Rp96,563,048.06

P Lapis Surabaya = Rp52,500.00

Jawab:

Kapasitas Penjualan Produk Lapis Surabaya

$$= \frac{\text{Rp}96,563,048.06}{\text{Rp}52,500.00}$$

$$= 1,839.29615 \text{ atau } 1,839 \text{ unit}$$

3. Kapasitas Penjualan Produk Kue Talas Bogor Terhadap BEP

Diketahui :

Kontribusi Penjualan Produk Kue Talas Bogor = Rp90,192,623.81

P Lapis Kue Talas Bogor = Rp52,500.00

Jawab :

Kapasitas Penjualan Produk Kue Talas Bogor

$$= \frac{\text{Rp}90,192,623.81}{\text{Rp}52,500.00}$$

$$= 1,717.95474 \text{ atau } 1,718 \text{ unit}$$

5.1.3.d. Pembuktian BEP Tahun 2016

Tabel 5.8 Pembuktian BEP Tahun 2016

Pembuktian BEP			
A. PENJUALAN	Kapasitas Penjualan	Harga/Unit	Total
Produk Blackforest	1,746.71715	Rp105,000	Rp183,405,301
Produk Lapis Surabaya	1,839.29615	Rp52,500	Rp96,563,048
Produk Kue Talas Bogor	1,717.95474	Rp52,500	Rp90,192,624
Total Penjualan			Rp370,160,972
B. BIAYA	Kapasitas Penjualan	Jumlah Biaya	Total
Biaya Tetap			Rp115,846,500
Biaya Variabel :			
Produk Blackforest	1,746.71715	Rp51,650	Rp90,217,387
Produk Lapis Surabaya	1,839.29615	Rp43,021	Rp79,128,052
Produk Kue Talas Bogor	1,717.95474	Rp49,459	Rp84,969,034
Total Biaya			Rp370,160,972
C. RUGI/LABA			Rp0

5.1.4. Margin of safety Tahun 2016

Rumus :

Margin of Safety

$$= \frac{\text{Penjualan yang direncanakan} - \text{Penjualan Tingkat BEP}}{\text{Penjualan yang direncanakan}} \times 100\%$$

Keterangan :

Margin of safety = Hubungan antara volume penjualan yang

direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas

Penjualan yang direncanakan = Besarnya Penjualan Minimal yang harus dicapai pada satuan rupiah

Penjualan Tingkat BEP = Titik impas dalam satuan Rupiah

Diketahui :

Penjualan yang direncanakan = Rp1,593,505,540.60

Penjualan Tingkat BEP = Rp370,160,972

Jawab :

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Rp1,593,505,540.60} - \text{Rp370,160,972}}{\text{Rp1,593,505,540.60}} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = \frac{\text{Rp1,223,344,568.15}}{\text{Rp1,593,505,540.60}} \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = 0.767706504 \times 100\%$$

$$\text{Margin of Safety} = 76.78\%$$

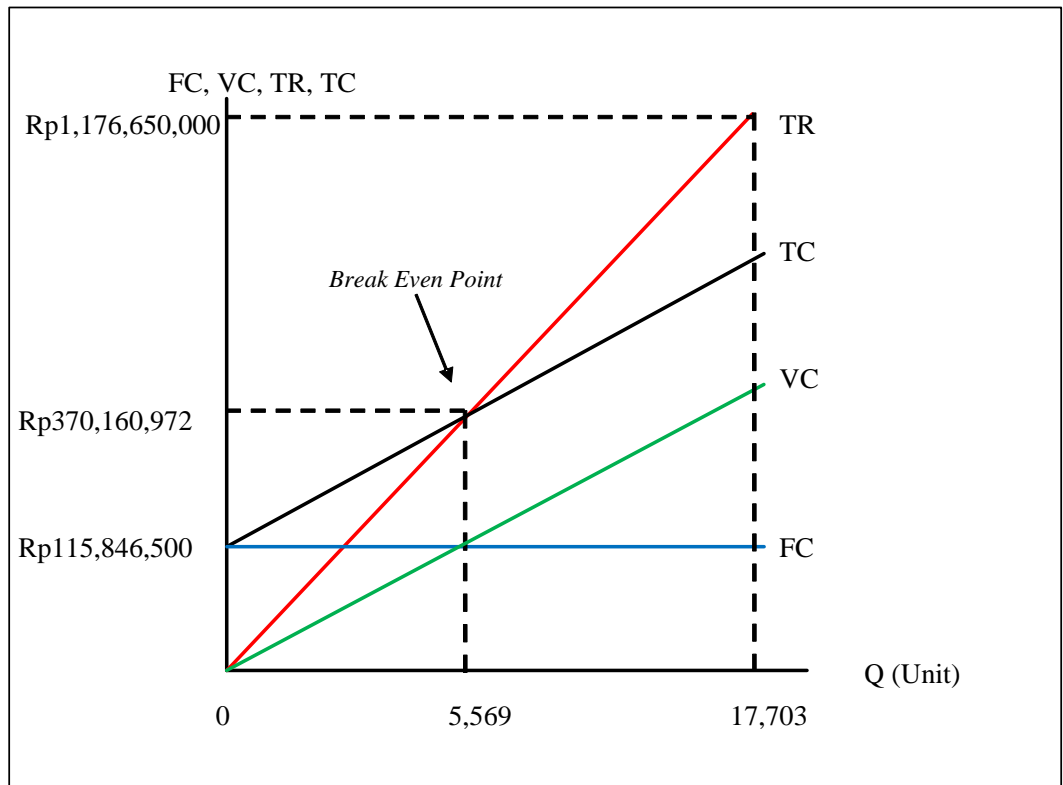
5.2. Pembahasan

5.2.1. Penggolongan Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Berdasarkan data realisasi laporan keuangan Enny Bakery & Cake dapat diketahui data biaya tahun 2015. Selanjutnya data biaya tersebut digolongkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya variabel tahun 2015 adalah Rp808,402,685.00 sedangkan untuk biaya tetap sebesar Rp115,846,500.00.

5.2.2. Penghitungan *Break Even Point* Tahun 2015

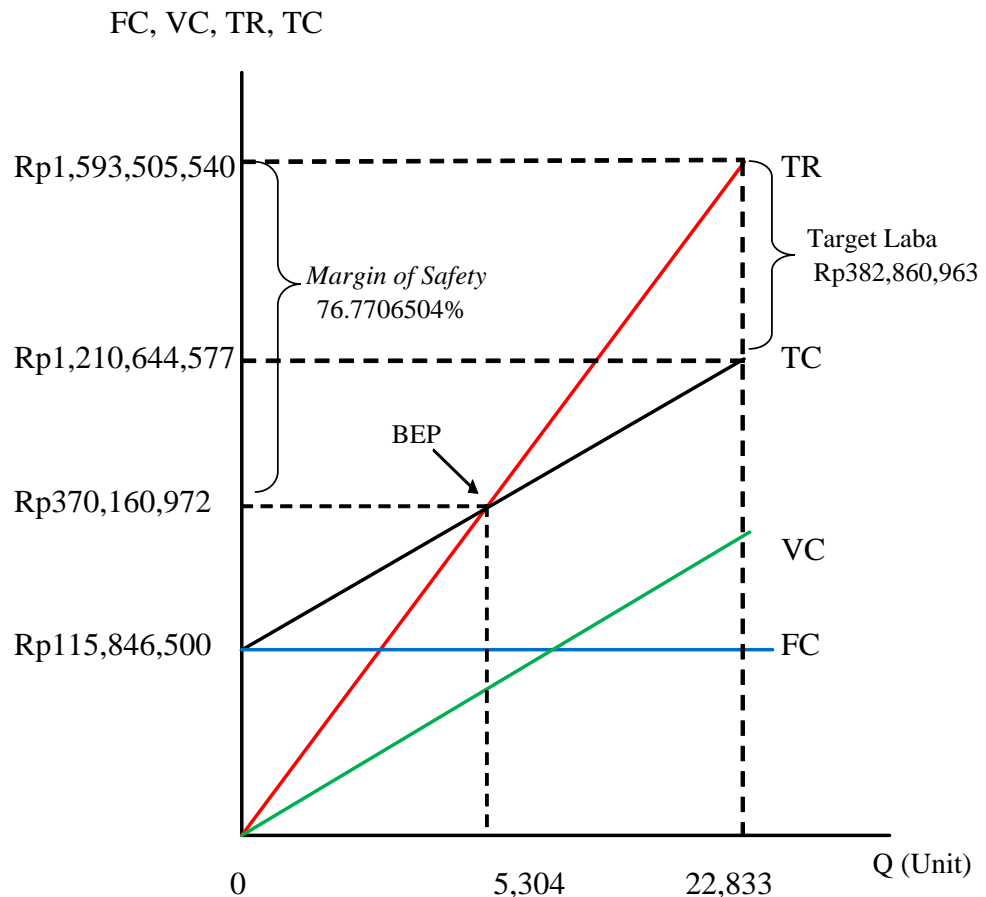
Gambar 5.1 Grafik BEP Tahun 2015



Berdasarkan penghitungan *Break Even Point* menggunakan data perusahaan tahun 2015 diketahui titik impas tahun 2015 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk sebanyak 5,569 unit dengan penjualan produk *Blackforest* = 1,834.05301 unit (pembulatan 1,834 unit), produk Lapis Surabaya = 1,931.26096 unit (pembulatan 1,931 unit), dan produk Kue Talas Bogor = 1,803.85248 unit (pembulatan 1,803 unit) dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp370,160,972.

5.2.3. Perencanaan Laba Tahun 2016

Gambar 5.2 Grafik Penjualan Minimal, BEP, dan MOS Tahun 2016



Agar pada tahun 2016 dapat tercapai kenaikan laba yang diinginkan yaitu kenaikan laba sebesar 30% dari laba tahun lalu yaitu sebesar **Rp382,860,963.36**, maka digunakan metode penentuan penjualan minimal. Untuk mendapatkan keuntungan yang direncanakan sebesar **Rp382,860,963.36**, perusahaan harus memproduksi dan menjual produk sebanyak 22,833 unit yang terdiri dari produk *Blackforest* sebanyak 7,519 unit, produk Lapis Surabaya sebanyak 7,918 unit, dan produk Kue Talas Bogor sebanyak 7,396 unit dengan penjualan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1,593,505,540.60 yang terdiri dari kontribusi penjualan produk *Blackforest* sebesar Rp789,541,265.60, kontribusi

produk Lapis Surabaya sebesar Rp415,694,153.48, dan kontribusi penjualan produk Kue Talas Bogor sebesar Rp388,270,121.52, dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp1,210,644,577.24.

Berdasarkan penghitungan penentuan penjualan minimal di atas maka diketahui titik impas atau *Break Even Point* tahun 2016 dimana $TR = TC$ berada pada titik penjualan produk sebanyak 5,304 unit yang terdiri dari produk *Blackforest* = 1,747 unit, produk Lapis Surabaya = 1,839 unit, dan produk Kue Talas Bogor = 1,717 unit dengan biaya total sama dengan pendapatan total yaitu sebesar Rp370,160,972.

Margin of safety atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tahun 2016 adalah 76.78%, atau dengan kata lain volume penjualan yang harus dicapai harus lebih dari 23.22% dari penjualan yang direncanakan dan batas aman mulai berlaku dari penjualan sebesar Rp370,160,972, atau besarnya total penjualan tidak boleh lebih rendah dari Rp370,160,972, yang juga merupakan BEP tahun 2016.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data, kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengklasifikasian biaya tetap dan biaya variabel Enny Bakery & Cake adalah sebagai berikut:

Tabel 6.1 Pengklasifikasian Biaya Tetap Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015
A. Biaya Pemasaran	
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp1,500,000.00
Biaya Promosi	Rp7,950,000.00
B. Biaya Produksi	
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp4,134,500.00
Biaya Kemasan	Rp17,703,000.00
C. Biaya Administrasi & Umum	
Biaya Gaji Kasir	Rp36,000,000.00
Biaya Sewa Pabrik dan Toko	Rp20,000,000.00
Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	Rp5,759,000.00
Biaya Air & Listrik Pabrik dan Toko	Rp17,300,000.00
Biaya Telepon	Rp3,000,000.00
Biaya Amortisasi Perizinan	Rp2,500,000.00
Total Biaya Tetap	Rp115,846,500.00

Tabel 6.2 Pengklasifikasian Biaya Variabel Tahun 2015

Keterangan	Tahun 2015		
	Blackforest	Lapis Surabaya	Kue Talas Bogor
A. Biaya Pemasaran Upah Tenaga Kerja Pemasar	Rp40,000,000.00	Rp40,000,000.00	Rp10,000,000.00
B. Biaya Produksi Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp40,000,000.00	Rp40,000,000.00	Rp10,000,000.00
Biaya Bahan Baku	Rp196,092,050.00	Rp160,841,800.00	Rp239,408,835.00
Biaya Air dan Listrik	Rp7,513,333.33	Rp7,513,333.33	Rp7,513,333.33
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67
Biaya Isi Ulang Gas Elpiji 12kg	Rp1,406,666.67	Rp1,406,666.67	Rp1,406,666.67
Total Biaya Variabel	Rp286,778,716.67	Rp251,528,466.67	Rp270,095,501.67
Biaya Variabel Perunit	Rp49,190.17	Rp40,972.22	Rp47,104.20

2. Dari perhitungan pada Bab V dapat diketahui *Break Even Point* tahun 2015 dimana $TR = TC$ dicapai pada titik Biaya Total = Pendapatan Total adalah sebesar Rp370,160,972.
3. Data perolehan laba operasi tahun 2011 hingga 2015 dapat digunakan untuk menentukan perencanaan laba yang diharapkan oleh perusahaan yaitu laba tahun 2016 dengan melihat rata-rata kenaikan laba operasi yaitu sebesar 28% per tahun, maka ditentukan target laba pada tahun 2016 30% lebih besar dari laba operasi tahun 2015 yaitu sebesar **Rp252,400,815.00** meningkat 30% menjadi sebesar **Rp382,860,963.36** dengan menggunakan metode penentuan penjualan minimal dengan asumsi biaya tetap tidak mengalami perubahan dari tahun 2015 yaitu sebesar Rp115,846,500.00, harga jual berubah yaitu mengalami kenaikan sebesar 5% yang berlaku untuk semua produk sehingga dapat diketahui harga jual untuk produk *Blackforest* dari Rp100,000/kotak menjadi Rp105,000.00/kotak, produk Lapis Surabaya dari Rp50,000/kotak menjadi Rp52,500/kotak dan untuk produk Kue Talas Bogor dari Rp50,000/kotak menjadi Rp52,500/kotak, dan biaya variabel perusahaan naik sebesar 5% untuk masing-masing

produk yaitu untuk produk *Blackforest* sebesar Rp51,649.68/unit, Lapis Surabaya sebesar Rp43,020.83/unit, dan Kue Talas Bogor sebesar Rp49,459.41/unit. Untuk mendapatkan keuntungan tersebut pada tahun 2016 maka perusahaan harus memproduksi dan menjual produk *Blackforest* sebanyak = 7,519 kotak, Lapis Surabaya sebanyak = 7,918 kotak, dan produk Kue Talas Bogor sebanyak = 7,396 kotak, dengan pendapatan total yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp1,593,505,540.60 dan biaya total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp1,210,644,577.24 sehingga keuntungan yang didapatkan mencapai Rp382,860,963.36 dalam waktu satu tahun.

4. *Margin of safety* atau batas aman terhadap volume penjualan perusahaan tahun 2016 adalah 76.7706504%, atau dengan kata lain volume penjualan yang harus dicapai harus lebih dari 23.2293496% dari penjualan yang direncanakan dan batas aman mulai berlaku dari penjualan sebesar Rp370,160,972, atau volume penjualan tidak boleh lebih rendah dari Rp370,160,972, yang juga merupakan BEP tahun 2016.

6.2. Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

- Pemilik perusahaan harus melakukan perhitungan titik impas atau *Break Even Point* jika pemilik perusahaan ingin merencanakan laba di tahun berikutnya dengan jumlah tertentu.
- Biaya-biaya yang ada dalam perusahaan harus digolongkan ke dalam kelompok biaya tetap dan biaya variabel, agar pemilik perusahaan bisa melakukan analisa titik impas atau *Break Even Point*.
- Agar perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan di tahun selanjutnya maka perusahaan harus dapat menentukan penjualan minimal di tahun selanjutnya.
- Buatlah berbagai asumsi yang terjadi di tahun selanjutnya agar kemungkinan mendapatkan laba yang diinginkan di tahun selanjutnya dapat lebih besar,

contohnya seperti biaya variabel mengalami kenaikan berapa persen di tahun selanjutnya dan harga jual produk mengalami kenaikan atau tidak.

- Perusahaan hendaknya melakukan perhitungan *margin of safety* atau batas aman agar perusahaan dapat menentukan seberapa besar batas aman penurunan penjualan produk untuk tahun yang ditentukan.
- Berdasarkan analisa yang telah dibuat, penulis menyarankan acuan perencanaan penjualan untuk tahun 2016 kepada Enny Bakery & Cake yaitu sebagai berikut:

Tabel 6.3 Harga Jual, Prediksi Biaya Variabel, dan Target Laba yang ingin dicapai

Produk	Harga Jual Per unit (Pi)	Biaya Variabel (VCi)	Biaya Variabel Per Unit	Biaya Tetap (FC)	Target Laba 2016
Blackforest	Rp105,000.00	Rp301,117,652.50	Rp51,649.68	Rp115,846,500.00	Rp328,121,059.50
Lapis Surabaya	Rp52,500.00	Rp264,104,890.00	Rp43,020.83		
Kue Talas Bogor	Rp52,500.00	Rp283,600,276.75	Rp49,459.41		
	∑ VCi =	Rp848,822,819.25			

Tabel 6.4 Kapasitas Produksi yang Direncanakan

A. PENJUALAN	Kapasitas Penjualan	Harga/Unit	Total
Produk Blackforest	7,519.44062	Rp105,000.00	Rp789,541,265.60
Produk Lapis Surabaya	7,917.98388	Rp52,500.00	Rp415,694,153.48
Produk Kue Talas Bogor	7,395.62136	Rp52,500.00	Rp388,270,121.52
Total Penjualan			Rp1,593,505,540.60
B. BIAYA	Kapasitas Penjualan	Jumlah Biaya	Total
Biaya Tetap			Rp115,846,500.00
Biaya Variabel :			
Produk Blackforest	7,519.44062	Rp51,649.68	Rp388,376,725.39
Produk Lapis Surabaya	7,917.98388	Rp43,020.83	Rp340,638,257.13
Produk Kue Talas Bogor	7,395.62136	Rp49,459.41	Rp365,783,094.72
Total Biaya			Rp1,210,644,577.24
C. RUGI/LABA			Rp382,860,963.36

Blackforest 7,519 kotak/tahun = 627 kotak/bulan (hasil dibulatkan)

Lapis Surabaya 7,918 kotak/tahun = 650 kotak/bulan (hasil dibulatkan)

Kue Talas Bogor 7,396 kotak/bulan = 616 kotak/bulan (hasil dibulatkan)

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, B., & Nurlela. (2008). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Darsono, P. (2009). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Nusantara Consulting.
- Deitiana, T. (2011). *Manajemen Operasional Strategi dan Analisis (Services dan Manufaktur)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hery. (2012). *Cara Mudah Memahami Akuntansi: Inti Sari Konsep Dasar Akuntansi*. Jakarta: Prenada.
- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, & Armstrong. (2000). *Dasar-dasar Pemasaran (terjemahan Alexander Sindoro)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Matz, A., F, M., & H, L. (1992). *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian. Edisi Kesembilan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2014). *Mikroekonomi (Microeconomics)* (delapan ed.). Jakarta: Erlangga.
- Riyanto, B. (2013). *Dasar Dasar Pembelian Perusahaan* (empat ed.). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono, A. (2009). *Manajemen Keuangan untuk Praktisi Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiono, A., & The, I. (2015). *Akuntansi Informasi Dalam Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Grasindo.
- Sutia, S., & Tambunan, B. (2009). *Memahami Konsep ANALISA BREAK EVEN*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

LAMPIRAN

Persentase Kenaikan Laba Operasi Setiap Tahun dari Tahun 2011 hingga 2015

Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
Total Penjualan	Rp846,060,000.00	Rp866,287,000.00	Rp931,920,000.00	Rp995,810,000.00	Rp1,176,650,000.00
Total Biaya Variabel	Rp627,927,729.00	Rp623,691,218.00	Rp650,935,460.00	Rp691,496,400.00	Rp808,402,685.00
Marjin Kontribusi	Rp218,132,271.00	Rp242,595,782.00	Rp280,984,540.00	Rp304,313,600.00	Rp368,247,315.00
Total Biaya Tetap	Rp98,920,000.00	Rp99,047,500.00	Rp108,311,900.00	Rp109,301,900.00	Rp115,846,500.00
Laba Operasi	Rp119,212,271.00	Rp143,548,282.00	Rp172,672,640.00	Rp195,011,700.00	Rp252,400,815.00
Persentase Kenaikan Laba Operasi	-	20.414015%	20.288893%	12.937232%	29.428550%



DEPARTEMEN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

Nomor P : 35.691.358.2-412.000

Nama : RIVON FERMANI

Alamat : JL. NUSANTARA RAYA NO. 294 RT 011 RW 003
DEPOK JAYA - PANCORAN MAS
DEPOK - JAWA BARAT

Daftar : 22-12-2010

Lunas Pajaknya. Awas! Pengendalanya



PEMERINTAH KOTA DEPOK
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

SIUP - 3AK

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) KECIL

NOMOR : 00561/10-27/PK/VIII/2011

1. Nama Perusahaan : " ENNY BAKERY "
2. Merek (milik sendiri/lisensi) :
3. Alamat Kantor Perusahaan : Jln. Nusantara Raya No. 294 Rt. 11 / 03
 Kelurahan Depok Jaya Kecamatan Pancoran Mas
 No. Telp./Fax :
4. Nama Pemilik/Penanggung Jawab : ENI DAYALII
5. Alamat Pemilik/Penanggung Jawab : Jln. Pepaya Raya. No. 76. Rt. 11 / 03
 Kelurahan Depok Jaya. Kecamatan Pancoran Mas
 No. Telp./Fax :
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) :
7. Nilai modal dan kekayaan bersih Perusahaan seluruhnya tidak termasuk Tanah dan Bangunan Tempat Usaha : Rp. 50.000.000,00
8. Kegiatan Usaha : Perdagangan Barang
9. Kelembagaan : Pengecer
10. Bidang Usaha : KLUJ: 522
11. Jenis Barang/Jasa Dagangan Utama : Roti / Kue

SIUP ini diterbitkan dengan ketentuan :

- PERTAMA** : Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) ini berlaku untuk melakukan kegiatan usaha Perdagangan di seluruh Wilayah Indonesia, selama perusahaan masih menjalankan kegiatan usaha perdagangan dan 5 (lima) tahun sejak diterbitkannya wajib daftar ulang.
- KEDUA** : Pemilik / Penanggung Jawab wajib menyampaikan laporan kegiatan usaha perdagangannya dua kali dalam setahun dengan jadwal untuk semester pertama paling lambat tanggal 31 Juli dan untuk semester kedua paling lambat 31 Januari tahun berikutnya bagi SIUP Menengah dan besar atau bagi SIUP Kecil satu kali dalam setahun, selambat-lambatnya tanggal 31 Januari tahun berikutnya.
- KETIGA** : Tidak berlaku untuk kegiatan Perdagangan Berjangka Komoditi.
- KEEMPAT** : Tidak untuk melakukan kegiatan usaha selain yang tercantum dalam SIUP ini.



DITETAPKAN DI : DEPOK
 PADA TANGGAL : 28 Agustus 2011

DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KEPALA



[Signature]
 J. H. UTUHN / TOPANESA, MM.
 NIP. 480 092 661